

**TEXTO E LEITURA NA WEB 2.0:
O FACEBOOK E OS NOVOS LEITORES**

Helder Jorge Marques Mendes

Trabalho de Projecto em Edição de Texto

Setembro de 2012

Trabalho de projecto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Edição de Texto, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor João Luís Lisboa, do Departamento de Filosofia da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas

RESUMO

TEXTO E LEITURA NA WEB 2.0: O FACEBOOK E OS NOVOS LEITORES

HELDER JORGE MARQUES MENDES

PALAVRAS-CHAVE: Texto, Leitura, Web 2.0, Redes sociais, Facebook, Leitura digital, Leitura social.

O crescimento da leitura em ambiente digital é uma evidência visível no cada vez maior acesso das pessoas aos computadores pessoais, leitores electrónicos e dispositivos móveis. No entanto, este tipo de leitura, principalmente quando feito sobre a Web, possui características que o distinguem da tradicional leitura impressa. Isto acontece porque, segundo D.F. McKenzie, *“as formas produzem sentido”*. O nosso texto tem como principal objectivo verificar algumas das propriedades do Facebook de modo a procurar entender o papel que esta rede social, a dominante nos dias que correm, pode desempenhar quer como meio de difusão do livro e da leitura, quer como impulsionador da leitura social em ambiente digital. Isto envolve saber, antes de mais, o que é a Web 2.0, o que distingue esta do anterior paradigma da Web e, finalmente, em que consistem as redes sociais.

ABSTRACT

TEXT AND READING IN WEB 2.0: FACEBOOK AND NEW READERS

HELDER JORGE MARQUES MENDES

KEYWORDS: Text, Reading, Web 2.0, Social networking sites, Facebook, Digital Reading, Social Reading.

The growing of digital reading is evident, as more and more people gets access to personal computers, e-readers and mobile devices. This kind of reading, however, especially if Web-based, has some features which set it apart from tradicional, print reading. This is so because, as D.F. McKenzie stated, “*forms effect meaning*”. The primary aim of our text is to examine some Facebook features in order to understand the role played by such platform, the dominant social networking site nowadays, in spreading books and reading, and pushing digital social reading. This implies knowing, in the first place, what is Web 2.0 about, what distinguishes it from Web’s previous paradigm and, finally, what are social networking sites.

*À Ilda
Ao Miguel*

AGRADECIMENTOS

O meu primeiro agradecimento tem de ir para o Paulo Leitão, responsável por incutir, em mim, o gosto pelas temáticas do livro e da leitura associadas às novas tecnologias, aquando da minha frequência no mestrado de Ciências da Informação e da Documentação.

Um muito obrigado também aos meus colegas do mestrado de Edição de Texto, em particular à Catarina Florindo, cujos estímulos e conselhos foram importantes na altura da redacção deste trabalho de projecto.

Ao Nuno Medeiros, autoridade sobejamente conhecida no que toca ao estudo da edição e dos editores no nosso país, agradeço os comentários e as referências bibliográficas, numa altura em que a ideia central deste texto se encontrava ainda numa fase inicial.

Numa investigação que se ocupa do Facebook, reconheço ser devedor de todos aqueles com quem troquei ideias ou recebi informação, através da plataforma, sobre as variadas envolvências da leitura em ambiente digital: Luísa Alvim, Lorenzo Soccavo, Carlos Pinheiro, José António Calixto, os grupos Libros Electronicos, Bibliotecas Digitais, Leitura Digital (este em apoio ao projecto *A leitura digital: transformação do incentivo à leitura e das instituições do livro*, criado pelo CIES-UL e pela FCG). Muitas dessas discussões foram estimulantes e serviram de embrião a alguns temas que resolvi desenvolver no presente texto.

Por fim, ao meu orientador, João Luís Lisboa, a quem devo o impulso inicial para a redacção do tema. Os seus conselhos, compreensão e apoio foram inextinguíveis

INTRODUÇÃO

No mundo do livro e da leitura, os discursos sobre as novas tecnologias da informação e da comunicação têm sido, largas vezes, marcados por uma certa bipolaridade, assistindo-se a posições maníaco-depressivas que, de um lado, idolatram o meio digital e tudo o que lhe surge associado e, do outro, recusam e abominam esse mesmo meio por, presumivelmente, significar o fim de outros média histórica, social e culturalmente estabelecidos – caso maior do livro.

Estes discursos de apocalípticos e integrados decorrem de, pelo menos, três grandes atitudes que toldam uma análise mais rigorosa. A primeira resulta de o discurso se encontrar marcado por um elevado grau de paixão; assim, os tecnófilos idolatram qualquer novidade tecnológica, catalogam-na de imediato como boa e útil, independentemente da sua verdadeira pertinência, ao passo que os tecnófobos resistem e rejeitam esse mundo novo, ancorando-se no valor da tradição e no papel que o livro impresso desempenhou na cultura ocidental. As declarações recentes de escritores conceituados como Ray Bradbury (AYUSO, 2009), Jonathan Franzen (SINGH, 2012), Vargas Llosa (BOFFIL, MONTES e SOTO, 2012) ou de críticos como Lev Grossman (GROSSMAN, 2012), motivaram debates apaixonados, com argumentos esgrimidos de ambos os lados da barricada (CHIVERS, 2012, SEGURA, 2012, BARTRA, 2011).

Segunda atitude, a queda na falácia do determinismo tecnológico,¹ cuja ideia central pode ser assim resumida: “*uma revolução no domínio tecnológico provocaria uma revolução na estrutura global da sociedade*” (WOLTON, 2000: 14). Decerto, seja-se tecno-optimista ou tecno-pessimista, não se pode ignorar nem deixar de admitir que a tecnologia existe, produz efeitos e acarreta consequências. Mas não aqueles que tecnófilos e tecnófobos julgam. Os tecnófilos estão convencidos de que a tecnologia produzirá uma sociedade melhor, mais democrática, cultural e civilizacionalmente mais evoluída, além de considerarem que uma manifestação tecnológica nova é, por definição, superior, melhor do que uma manifestação precedente, confundindo progresso tecnológico com progresso *tout court*; os tecnófobos argumentam o inverso,

¹ Sobre o determinismo tecnológico (na literatura, também denominado *determinismo técnico*), cf. FURTADO, 2000: 268-269; CHANDLER, 1995.

ou seja, a tecnologia – e, aqui, leia-se qualquer “nova tecnologia”, pois aqueles a quem se vem apelidando de tecnóforos não estão contra todo e qualquer tipo de tecnologia; aliás, não se pode esquecer que o próprio livro impresso é uma tecnologia...² – aparece como provocando a eliminação de aspectos da vida em comunidade considerados fundamentais, quando não a própria comunidade. Esta é uma linha de argumentação que vem sendo adoptada, com variantes de época, desde Sócrates, quando este atacou a cultura escrita receando a desvalorização da memória,³ apresentando para isso o mito da oferta da escrita pelo deus Thoth ao governante Tamuz, o qual resolve responder

“[a escrita] tornará os homens mais esquecidos, pois que, sabendo escrever, deixarão de exercitar a memória, confiando apenas nas escrituras, e só se lembrarão de um assunto por força de motivos exteriores, por meio de sinais, e não dos assuntos em si mesmos” (PLATÃO, 1994: 275a).

A verdade é que a tecnologia, por si só, pouco faz e determina. Uma análise rigorosa não pode extrair os factores tecnológicos de outros elementos, como os sociais, económicos, educacionais, políticos, culturais, legais, e afins. Se assim não fosse, qualquer *gadget* teria sucesso garantido e mesmo os ebooks, cada vez mais na ordem do dia, teriam tido impacto imediato na sua primeira encarnação, ocorrida no biénio 1999-2000; como bem se sabe, esta primeira aposta num mercado para o livro electrónico não obteve os resultados esperados (FAVA, 2011: 82-96), e é só agora, volvidos mais de 10 anos, que aparentemente estão reunidas as condições para uma recepção sustentável destes produtos. Recuando no tempo, a própria implantação da imprensa de caracteres móveis demonstra que a tecnologia, para acarretar mudanças, necessita de estar incluída num contexto favorável e precisa que outras condições se verifiquem.⁴ A imprensa de caracteres móveis já era conhecida dos orientais antes de ter sido adoptada no Ocidente; no entanto, as suas repercussões fizeram sentir-se com muito mais acuidade nesta região do que na que havia sido o seu berço (cf. DARNTON, 2009: 22).

² Convém lembrar que o livro impresso tem toda uma história de ataques sofridos. Furtado resume os principais argumentos invocados: mobilizam demasiado do nosso tempo, impedem a obtenção do conhecimento por outras vias, como a observação e a experiência, enchem o espírito de frugalidades, podem semear nos indivíduos posições heréticas (FURTADO, 2000: 15). Acusações similares podem encontrar-se em muitos dos discursos anti-Internet.

³ Uma interpretação consistente deste texto da Filosofia Ocidental pode ser encontrado em Maria Augusta Babo: “a escrita, tendo como função substituir a memória, mata-a, paralisa-a. Torna-se assim uma espécie de aide-mémoire, um arquivo passivo, morto. Ao contrário da memória viva, a escrita, memória morta ou do morto, é fundadora de opinião, não de saber.” (BABO, 1993: 82).

⁴ “Uma tecnologia não pode ser isolada dos contextos específicos em que é utilizada, pois tem diferentes manifestações em diferentes contextos sociais” (FURTADO, 2000: 269).

A última atitude que enforma o discurso bipolar prende-se com os defeitos de perspectiva. Não se tem prestado a devida atenção à História do Livro e da Leitura, e essa lacuna provoca deficiências na interpretação dos factos. A actual época de implementação dos recursos digitais, que convive com a expressão mil vezes repetida da “morte do livro” padece, com mais frequência do que seria desejável, da ausência de um olhar crítico assente numa perspectiva global. Como muito bem refere Robert Darnton, “*quando procuro prever o futuro, olho para o passado*” (DARNTON, 2009: 43). Desvalorizar este ponto equivale a efectuar uma análise inquinada, e esta tem sido mais vezes a regra do que a excepção. A implantação de uma tecnologia não surge por *wishful thinking*, e a queda ou desaparecimento de uma tecnologia anteriormente bem implantada, idem; não basta decretar a morte do livro para que o livro efectivamente tenha o seu óbito, assim como de nada serve desejar que a leitura digital seja o futuro se não se encontram reunidas as condições, de ordem vária, para que tal suceda. Uma visão ancorada na história torna-se o antídoto essencial para evitar a enfermidade do “falar antes de tempo” exibida por profecias precipitadas que, desde há uma série de anos a esta parte, têm proliferado. Uma visão ancorada na história ajuda, ainda, a matizar as mudanças, bem como as continuidades, que uma qualquer tecnologia possa trazer, ao integrar esta num conjunto espaço-temporal mais amplo; ajuda ainda a olhar para os acontecimentos presentes com uma certa distância, aspecto nem sempre fácil. John Naughton, por exemplo, é categórico ao afirmar que um dos grandes óbices a uma boa compreensão do fenómeno da Internet se encontra justamente na dificuldade em guardar a devida distância face a algo que está a ter lugar aqui e agora (NAUGHTON, 2012: 1), porém esse distanciamento é importante para um juízo o mais imparcial possível.⁵

Justificação, objectivos e estrutura do trabalho de projecto.

Embora as palavras anteriores tivessem o propósito de temperar a visão acerca das novas tecnologias, evitando-se a ideologização e a sacralização, é muito sobre aquelas que se debruça o presente texto. Alguma da literatura consultada para a sua elaboração cai, reconhecemo-lo, no problema do determinismo tecnológico; no entanto, este trabalho de projecto procura fazer apenas um levantamento das tendências, uma ou

⁵ Talvez a maior dúvida deste tipo de cautela, perfeitamente justificável, resida em saber se viremos a estar suficientemente “à distância”, devido ao meio digital ser constantemente repovoado de rupturas, perturbações e modas, com uma *next big thing* a cada momento, sem que haja estabilização à vista.

outra já em vias de se impor, tendências essas que não são interpretadas como traduzindo o fim de modelos mais tradicionais. Sabendo-se, então, que a tecnologia tem efeitos e consequências impossíveis de ignorar, mesmo em domínios como o da leitura, mas não aqueles efeitos e consequências em que tanto tecnófilos quanto tecnófobos crêem, procurar-se-á verificar que contribuições, novidades ou mudanças uma manifestação tecnológica como a Web 2.0, em particular o Facebook,⁶ a mais divulgada e utilizada das redes sociais (*social networking sites*), pode trazer ao texto e à leitura.

Ora, é um dado adquirido que estas redes sociais têm motivado opiniões que espelham muito bem as atitudes descritas: excesso de paixão, determinismo tecnológico e pouca atenção dada à História. Num artigo recente de Tom Vanderbilt, sugestivamente intitulado *The call of the future*, relativizam-se os medos suscitados pela Internet lembrando os temores que grassavam aquando do surgimento do telefone (VANDERBILT, 2012) e argumenta-se que a introdução de uma tecnologia passa habitualmente por três etapas, a primeira de desinteresse, pois a tecnologia é pouco utilizada e preenche necessidades muito específicas, a segunda de discursos grandiloquentes, em que a tecnologia é adoptada por um número crescente de utilizadores, surgindo então as reacções contra e a favor dessa adopção e das consequências para a sociedade e, última etapa, a aceitação generalizada, penetrando a tecnologia de tal modo no dia-a-dia que nem sequer se dá pela sua presença, acabando por não ter quer o carácter utópico quer o apocalíptico que eram alvitados.

Na sequência do artigo, Dave Copeland redigiu um outro onde compara tal estado de coisas com o que se diz das redes sociais, e conclui estar-se ainda na fase dos discursos grandiloquentes (COPELAND, 2012a). Contra, as muitas posições que fazem das redes sociais um obstáculo à privacidade e um risco para as comunidades ditas reais (também efeitos atribuídos ao telefone, segundo Vanderbilt), já para não falar das inúmeras teorias da conspiração que têm o Facebook como protagonista. A favor, os elogios à perfeição do Twitter enquanto disseminador de notícias ou a ideia, defendida até por Mark Zuckerberg, de que o Facebook pode contribuir para a paz mundial e para uma sociedade mais aberta, livre e transparente, espelho de uma democracia digital (KIRKPATRICK, 2010: 278-281 e 287-301), no que é a repetição de discursos semelhantes feitos a propósito da televisão pelo seu inventor, Philo Farnsworth

⁶ Ver, após a Bibliografia, a Lista de sítios mencionados e respectivos endereços.

(VANDERBILT, 2012). Ultrapassar esta etapa de grandiloquência tomará o seu tempo, mas espera-se que este trabalho de projecto possa apresentar um discurso alternativo.

A escolha do Facebook é motivada, em larga medida, pela escala da plataforma e pela sua transversalidade. Quanto à escala, facilmente se verifica estar-se perante um fenómeno que, goste-se ou não, pelos números em causa não pode ser ignorado.⁷ Estatísticas recentes apontam para que o Facebook conte mais de 900 milhões de utilizadores, (COPELAND, 2012d, CONSTINE, 2012) e mesmo partindo do princípio de que nem todos são utilizadores “reais”,⁸ e muitos dos que o são não façam uso da plataforma, a verdade é que esta rede social tem tido uma ascensão meteórica e tornou-se, em pouco tempo, numa ferramenta capaz de rivalizar, em estatuto, com o próprio Google, como mostram os rankings do site Alexa⁹ (cf. ANEXOS I e II), em praticamente todo o globo, embora o grosso dos acessos (mais de um quinto) ao site seja ainda proveniente dos Estados Unidos (cf. ANEXO III). Mesmo em Portugal, os números são astronómicos: à data de Agosto de 2012, o Facebook, segundo o site SocialBakers,¹⁰ era utilizado por mais de 4 milhões e meio de portugueses (cf. ANEXO IV), correspondendo a uma percentagem de penetração na população nacional superior a 40%, penetração que quase chega aos 90% se nos referirmos apenas aos portugueses que usam a Internet, cujo número tem vindo a aumentar ano após ano (cf. ANEXOS IV, V e VI). Já no que toca à transversalidade, é igualmente fácil de perceber que o Facebook, de um modo inusitadamente rápido, se imiscuiu em múltiplos sectores da sociedade: no jornalismo, na política, na educação, na publicidade, por exemplo, a plataforma vem sendo cada vez mais utilizada e discutida; parece, então, não desprovido de pertinência estudar o seu impacte noutros domínios, designadamente no da leitura.

No entanto, a análise desta rede social e da sua eventual importância no âmbito da leitura será feita partindo de uma argumentação que foi determinante, em termos

⁷ Concordamos, pois, com a seguinte afirmação de D.E. Wittkower: *“qualquer coisa com um nível tão elevado de participação global merece ser observado com atenção”* (WITTKOWER, 2010: xxiii).

⁸ Dave Copeland, citando números avançados pela própria empresa, informa que 6% das contas de utilizadores são falsas ou duplicadas (COPELAND, 2012c). E Ritholtz contesta a avaliação, inflacionada, que o Facebook faz do seu número de utilizadores activos. A utilização activa, por mês, estima-se, seria de apenas 161 milhões de utilizadores (dados relativos a Fevereiro de 2012, segundo RITHOLTZ, 2012).

⁹ O Alexa é um site dedicado ao levantamento do tráfego de sites, disponibilizando um ranking dos que possuem mais utilizadores à escala global.

¹⁰ O SocialBakers é um serviço que tem por missão analisar dados, estatísticas e tráfego dos principais média sociais digitais (Facebook, Twitter, Google+, Youtube, LinkedIn).

históricos, para a disciplina anglo-saxónica da *Bibliography*:¹¹ a ideia, formulada lapidariamente por D. F. McKenzie, de que “*forms effect meaning*” (MCKENZIE, 1999: 13) – as formas produzem sentido –, querendo tal significar, como aliás coloca um dos mais ilustres adeptos desta linha de pensamento, Roger Chartier (CHARTIER, 1997: 14), que as formas materiais dos textos, ou seja, o modo como estes se apresentam e se dão a ler, influem no sentido que tais textos venham a assumir. Por outras palavras, qualquer leitura de um texto encontra-se influenciada pelo modo como esse texto se mostra – em suma, como esse texto existe.¹² Porque, afinal, um texto nunca é etéreo, a não ser talvez quando ainda se encerra na mente do(s) seu(s) autor(es). As teses idealistas do texto (DAHLSTRÖM, 2009: 34), que assumem ser o conteúdo separável do seu suporte e transportável, no seu todo, para outro suporte, sem perda de sentido ou qualidade, estão, em nosso entender, erradas.¹³ Qualquer texto publicado, é-o por intermédio de um suporte, e mesmo o suporte digital, tantas vezes caracterizado pela sua “imaterialidade”,¹⁴ possui uma forma, forma essa que veicula já um sentido.

¹¹ A *Bibliography* começou por ser “a ciência da transmissão material de documentos literários”, segundo Greg (GREG, 1912, cit. DARNTON, 2009: 133). Os críticos de Greg estenderam esta definição a qualquer género de texto e de comunicação, não a limitando a documentos literários. O que acabou por fazer escola foi a ênfase colocada na materialidade e na importância desta para a compreensão dos textos. Eis como é a *Bibliography* entendida por Chartier, ao discutir os vários métodos de teorizar o texto (Estética da Recepção, *New Historicism*, Sociologia da Produção Cultural e precisamente a *Bibliography*): “a atenção centra-se no modo como as formas físicas, através das quais os textos são transmitidos aos seus leitores (ou aos seus auditores), afectam o processo de construção do sentido. Compreender as razões e os efeitos dessas materialidades (por exemplo, para o livro impresso, o formato, a disposição da paginação, o modo de fragmentação do texto, as convenções que regulam a sua apresentação tipográfica, etc.) remete necessariamente para a verificação que os autores ou os editores exercem nessas formas encargos de exprimir uma intenção, de dirigir a recepção, de forçar a interpretação.” (CHARTIER, 1997: 48). O que o nosso trabalho de projecto procura afirmar é que o Facebook também exprime uma intenção, dirige a recepção e força a interpretação dos conteúdos que aí circulam, e que tal se deve à natureza das propriedades da plataforma.

¹² Reminiscências de McLuhan (“o meio é a mensagem”) pairam sobre esta tese, já que em McLuhan, o meio, além de servir de canal, determina também o significado da mensagem (ALVIM, 2011: 39-40).

¹³ A explicação de Mats Dahlström é a de que a tese idealista cai em duas falácias inter-relacionadas: uma é a falácia da codificação completa, que garante ser possível codificar na totalidade um artefacto verbal, a outra é a falácia mimética, que afirma poder uma versão textual num suporte, digamos, o digital, substituir por completo a mesma versão noutro suporte, digamos, o impresso. Tal não colhe porque realmente o texto não é o mesmo quando mudado de suporte, pois suportes diferentes possuem valências também elas diferentes (DAHLSTRÖM, 2009: 35). Num jogo de palavras que só funciona em língua inglesa, dir-se-ia que *matter matters* – a matéria é importante! Não pode separar-se a informação do documento: o texto não é extraível do contexto, incluindo o seu suporte, sem alteração de sentido. Ao contrário do que alegam Tim Parks (PARKS, 2012) e Tommy Pouilly, a leitura não é apenas “poética das palavras, e nada mais” (POUILLY, 2012).

¹⁴ Furtado considera ser errado falar-se em desmaterialização do hipertexto ou do texto electrónico. O texto electrónico tem, afinal, uma matéria (o software), que é mediada tecnologicamente (FURTADO, 2007: 71). E este pormenor não é irrelevante, já que “as características do interface utilizado não são de

Não deve isto ser entendido de maneira simplista. Há diversos outros pormenores que influenciam a forma como um texto é percebido por um leitor, desde logo a própria constituição psicológica deste. Reivindicar que o sentido dos textos é determinado apenas pela sua forma seria tombar numa falácia análoga à do determinismo tecnológico. O sentido dos textos também “*depende das capacidades, das convenções, e das práticas de leitura próprias às comunidades que constituem, na sincronia ou na diacronia, os seus diferentes públicos*” (CHARTIER, 2004: 15-16). Darnton, por seu turno, considera que qualquer análise da leitura terá de levar em conta as formas como os textos limitam os leitores e as formas como os leitores tomam liberdades com os textos (DARNTON, 2009: 202). E não se pode olvidar que a *magnum opus* de McKenzie se intitula *Bibliography and the sociology of texts*, o que “*coloca a tónica sobre a materialidade do texto e a historicidade do leitor*” (CHARTIER, 2004: 16). Cade leitor leva, inevitavelmente, as suas construções mentais para aquilo que lê. Qualquer leitura já está, antes mesmo de ser feita, impregnada de teoria ou, como refere Alberto Manguel, “*nenhuma leitura é inocente*” (MANGUEL, 2011, 52). Para a nossa investigação, importa no entanto guardar a ideia de que o mesmo texto, apresentado de maneiras diferentes, pode conduzir a também diferentes leituras e, portanto, interpretações. Este aspecto tem sido já suficientemente analisado pelos especialistas: na prática, “*a experiência de leitura de um pequeno in-12º, desenhado para caber facilmente numa das mãos, é consideravelmente diferente da ler um fólio pesado sustentado por um suporte*” (DARNTON, 2009: 39).

No caso de que aqui se ocupa, o Facebook, tal equivale a perguntar: que características possui a plataforma? Como determinam ou influenciam o modo como os textos que nela circulam vêm a ser percebidos? E quais mostram ser as mais relevantes para o mundo do livro e da leitura?

Na tentativa de obtenção das respostas, consultou-se a literatura relevante, mesmo tendo em conta que a maior parte dos estudos focando o Facebook o fazem de maneira que só indirectamente toca as questões do livro e da leitura, como sejam a aplicação do Facebook na educação (MINHOTO, MEIRINHOS, 2011, PATRÍCIO, GONÇALVES, 2010). O presente trabalho de projecto, nesse sentido, pretende

modo nenhum “neutrais” e não deixam de influenciar quer a estrutura textual quer os modos de fruição do texto” (RONCAGLIA, 2001, cit FURTADO, 2007: 78).

contribuir com uma abordagem mais directa, e para cumprir esse desejo, optou-se por insistir numa observação participante, realizando uma análise qualitativa. Ora, quer o cotejo da literatura, quer a observação participante permitem avançar os dois temas principais a serem desenvolvidos neste trabalho de projecto: o Facebook enquanto plataforma privilegiada de difusão e promoção do livro e da leitura e o Facebook como gerador de novas formas de leitura ou, para se ser mais exacto, enquanto impulsionador de formas já existentes, mas que agora adquirem uma espécie de nova vida, como ocorre com a leitura social. Seja num, seja noutro caso, a linha de argumentação seguida fará enraizar essas potencialidades no facto de o Facebook ser uma tecnologia Web 2.0, com propriedades muito específicas, que não se limitam à redutora visão por vezes exibida pelo discurso comum, a de que se trata de uma tecnologia meramente lúdica e, portanto, de pouca utilidade prática. O presente trabalho de projecto procura também apresentar um outro ponto de vista (afinal, as plataformas, sobretudo as que são construídas sobre a arquitectura aberta da Internet, são o que quisermos fazer delas): não sendo propósito efectuar um panegírico, pretende-se sim mostrar o Facebook como tecnologia “séria” e com potencialidades muito interessantes, capazes de ter uma palavra a dizer no presente e no futuro da leitura, assim estejam reunidas as condições.¹⁵

Sendo, porém, uma das intenções deste texto integrar e contextualizar a importância do Facebook e, em geral, da designada “revolução digital” no domínio mais alargado da história do livro e da leitura, justifica-se fazer uma breve digressão sobre alguns dos muitos suportes que a escrita conheceu ao longo dos tempos. Este é o assunto do primeiro capítulo: **Do papiro ao digital: alterações na materialidade da escrita**. Na sequência, o segundo capítulo, **Leitura-leituras**, debruçar-se-á sobre o processo de leitura, de que vamos tendo um entendimento mais completo graças aos avanços nas neurociências. Expor-se-ão, antes, algumas alterações que as práticas de leitura foram sofrendo, argumentando, portanto, que a leitura não deve ser entendida de modo unívoco, sendo preferível falar em leituras. Recorrendo a Chartier, relacionar-se-ão as alterações na materialidade da escrita com as alterações nas práticas de leitura, chegando aos dias de hoje, onde uma nova forma de leitura emerge: a leitura digital.¹⁶

¹⁵ Também aqui é imperioso usar alguma cautela. O Facebook é uma plataforma proprietária que pode rapidamente ficar desactualizada, ser ultrapassada ou tornar-se, por vários motivos, entre os quais os económicos, em algo radicalmente diferente do que é hoje em dia.

¹⁶ Entende-se por leitura digital “aquela que é feita num texto ou documento dito digital” (FARIA, PERICÃO, 2008 :717).

No terceiro capítulo, **A Web 2.0**, caracterizar-se-á a Web 2.0, evidenciando os pontos que distinguem esta do paradigma anterior da Web. Em seguida, far-se-á um breve diagnóstico de uma das manifestações mais fervilhantes da Web 2.0, as redes sociais, o que permitirá realizar a ponte para o quarto capítulo e núcleo da presente investigação: **Leitura e leitores no Facebook**, onde será efectuada uma reflexão sobre os aspectos de difusão do livro e da leitura, por um lado, e sobre os novos modos de ler, por outro, com destaque para a leitura social em ambiente digital. Como suporte, citar-se-ão casos concretos, sempre que possível dentro da realidade portuguesa.

Por fim, nas **Conclusões** serão resumidos os principais pontos do trabalho de projecto e lançar-se-ão algumas pistas para investigações futuras.

Revisão da literatura.

Em sintonia com a divisão temática atrás apresentada, a literatura consultada pode agrupar-se em três grandes áreas, disposição meramente instrumental, pois na realidade muitos dos textos revelam ser transversais; é apenas por uma questão de organização interna que se decidiu pela sua apresentação em grupos temáticos. O primeiro é, então, o das obras que abordam a História da Leitura, desde os seus inícios até à chegada, recente, do digital. Este último pormenor é, como se depreende, de larga relevância para o presente texto, sendo critério para a exclusão de obras que, embora seminais, fogem um pouco do objectivo do trabalho de projecto por não discorrerem sobre o impacte das novas tecnologias: uma dessas obras “excluídas” é a clássica *L'apparition du livre*, de Henri-Jean Martin e Lucien Febvre. A segunda grande área foca os desenvolvimentos que vão desde a criação da Internet até ao surgimento da Web e da Web 2.0, realçando as distinções entre estes conceitos, que muito comumente são confundidos. O terceiro grupo reúne as obras que se debruçam sobre o Facebook, tanto as que ajudam a melhor compreender este fenómeno, como as que o ligam, de modo indirecto ou mais directo, às questões da leitura.

Assim, no primeiro grupo podem encontrar-se, por exemplo, as opiniões de um Bruno Blasselle. No segundo volume da sua *Histoire du livre*, comenta as rupturas introduzidas pela edição electrónica em três entidades: no autor, capaz agora de escrever e difundir um livro de imediato, sem ter necessidade de passar por um intermediário; no

texto, liberto dos entraves impostos pelo impresso; e no leitor, que deixa de aceder a um objecto manuseável (BLASSELLE, 1998: 126-127). Alberto Manguel, em *Uma história da leitura*, também não se furtou a abordar aspectos do digital merecedores de atenção. Um desses aspectos está no tipo de leitura feito neste ambiente, à época maioritariamente por recurso a um ecrã de PC: de acordo com Manguel, essa leitura, feita no sentido de cima para baixo para ir revelando o restante do texto que fica por mostrar, ao que se chama fazer *scroll*, está mais próxima da leitura realizada sobre os antigos rolos (em inglês, *scrolls...*)¹⁷ de papiro na Grécia antiga (por seu turno, os rolos romanos eram lidos na horizontal) do que a que é feita sobre um livro impresso (MANGUEL, 1999: 137).¹⁸ Passada mais de uma década sobre a época em que Manguel desenvolveu a sua reflexão, este sentido da leitura continua a ser comum em ambiente digital, sobretudo na Web, o mesmo não se verificando com os ebooks, uma vez que estes, na sua grande maioria, se assemelham mais ao design de um livro-códice (paginação, tipografia...) e em consequência o tipo de leitura que é feito sobre ambos também está mais próximo, ou seja, há uma maior familiaridade entre o ebook e o livro impresso no seu formato de códice, do que entre este e uma normal página Web.

Nesse sentido, há que concordar com Andrea Fava quando, no seu *Ebook, qualcosa è cambiato*, declara que a revolução da Internet e da Web é radical no que toca à materialidade do texto, havendo poucas afinidades com as características típicas de um livro impresso. Na Web, valoriza-se a legibilidade, sim, mas também a navegação, o acesso intuitivo, uma compreensão e consultas rápidas do conteúdo (FAVA, 2011: 90). A revolução digital é, aqui, profunda, principalmente em comparação com o ebook, muito menos revolucionário naquele aspecto. Em boa verdade, de acordo com o mesmo Andrea Fava, o ebook acaba por ser um livro que se vale de uma tecnologia particular para a sua distribuição e fruição, mas cuja lógica é a mesma que preside ao tradicional livro impresso (FAVA, 2011: 91). A explicação pode ser encontrada no “efeito

¹⁷ Essa semelhança continua a fazer sentido, embora o ecrã possa também adoptar o comportamento da página impressa. Sobre este assunto, cf. VANDENDORPE, 1999: 198.

¹⁸ As analogias com o passado têm sido feitas por vários autores e são, num certo sentido, inevitáveis. Lorenzo Soccavo, por exemplo, compara a Web 2.0 com a prática colaborativa levada a cabo nos mosteiros medievais. Aqui, o latim ocupava o lugar universal que hoje em dia a língua inglesa ocupa na Web; os textos sujeitavam-se a emendas, modificações, comentários, os quais motivavam outros comentários ainda, um pouco como hoje em dia ocorre nos blogues. Tais constatações conduzem Soccavo a declarar que “as novas tecnologias da informação e da comunicação não inventaram nada de essencial. Apenas facilitaram uma coisa ou outra” (SOCCAVO, 2012b).

diligência”¹⁹ (DESBENOIT, 2012b). É este mecanismo que está por detrás dos incunábulos nos primeiros tempos da imprensa de caracteres móveis. Estes incunábulos imitavam os textos manuscritos; só mais tarde – a partir de 1501, marcam os teóricos, embora a data seja arbitrária (BLASSELLE, 1997: 64) – o livro impresso ganhou uma especificidade e passou a distinguir-se dos manuscritos. É esta linha de pensamento que tem conduzido a que, hoje, se fale em e-cunábulos para descrever o actual estado dos ebooks, que estão ainda muito próximos do livro impresso (RACINE, 2011: 25).

Outra opinião acerca do impacte da revolução digital nas questões da leitura pode ser encontrada em *A history of reading*, de Steven Roger Fischer. Realça Fischer que o computador pessoal vem fomentar a escrita e a leitura, porque o utilizador tem, aqui, um completo compromisso com a palavra escrita em situações tão comuns como a consulta do e-mail, a sala de chat ou mesmo a mera navegação na Web (FISCHER, 2004: 297). Acrescente-se que o autor não discorre acerca das redes sociais, à época da publicação do seu texto ainda pouco disseminadas, mas deve referir-se que aquelas só vêm reforçar a ideia de que, na actualidade, graças ao ímpeto do digital, não só não há leitura, como a há em quantidades não imagináveis anteriormente. Daí a revolução digital dever ser entendida como uma revolução da leitura (FISCHER, 2004: 345).

Porém, há quem entenda dever olhar-se para as questões da leitura de um ponto de vista não apenas quantitativo, mas principalmente qualitativo. É a opinião de um Olivier Larizza que, numa entrevista publicada a propósito da publicação do seu último *La querelle des livres*, aponta que sim, a leitura não se encontra em risco por culpa do digital, até porque se verifica que os leitores, quanto mais lêem livros digitais, mais compram livros impressos, situação comprovada mesmo no caso de bestsellers como a saga *Harry Potter*, cuja plataforma digital, *Pottermore*, foi inaugurada em 2012 e serviu, desde logo, para revitalizar as vendas da edição impressa (MASNICK, 2012).²⁰

¹⁹ “Efeito diligência” porque a situação usada para expor esta tese é a de que a recém-inventada locomotiva só passou a ganhar a confiança dos passageiros a partir do momento em que as suas carruagens imitavam as das diligências a cavalo. Traçando um paralelismo entre actuais e antigas tecnologias, Desbenoit, seguindo uma tese de Perriault, descreve que as novas tecnologias, para obterem sucesso, necessitam de imitar, de algum modo, as tecnologias já consolidadas: “*para que as inovações sejam aceites pelo grande público, devem passar por um período de aclimação, onde são aplicados, às novas tecnologias, os métodos tradicionais a que se está habituado*” (DESBENOIT, 2012b).

²⁰ Situação interessante por dois motivos, o de nem sempre haver canibalização entre a esfera digital e a esfera impressa, e o da suplantação da pirataria através da oferta de um produto de qualidade. (MASNICK, 2012). Claire Ivett coloca as coisas nestes termos: impresso e digital não têm de ser olhados em oposição. Em lugar de suportes “*either/or*”, podemos muito bem ter “*both/and*” (IVETT, 2012).

Tanto assim é que algumas editoras, conscientes de que os próprios ebooks são capazes de estimular o interesse nos livros impressos, têm alterado as suas estratégias de mercado. É o caso da Vintage, que publicou uma versão digital de *Breakfast at Tiffany's*, de Truman Capote, a 15 de Maio de 2012, com a intenção, expressamente declarada pela editora, de atrair atenção para a reedição, em suporte impresso, de sete obras do mesmo autor a ter lugar no mês de Julho (IVETT, 2012).

Contudo, o que deve ser notado, sustenta Larizza, é que o digital pode cavar a sepultura de um certo tipo de leitura, a leitura profunda e prolongada, como das obras de Proust e Joyce, uma leitura que é, nas suas palavras, o inverso do que sucede no Facebook (VIDAL, 2012), porque, fazendo eco de várias investigações que comparam a leitura em ecrã e a leitura em papel, constata-se que a primeira é incómoda e difícil, máxime quando tem pela frente textos extensos, sendo a sua eficácia melhor adaptada aos microtextos. Teme-se até que, com a expansão da Web 2.0 e principalmente do Twitter, as microficcões possam ser o género literário do futuro (ROFFO, 2012).

Em *Google et le nouveau monde*, texto saído da pena do actual director da Biblioteca Nacional de França, Bruno Racine, e redigido na sequência do projecto Google Books, a posição adoptada vai mais na direcção daquela que se pretende aqui expor. A revolução digital está ainda nas suas primícias, mas as novas perspectivas oferecidas por este suporte devem fazer sentir-se mais ou menos rapidamente (RACINE, 2011: 26). As perspectivas que acabarão por se impor fá-lo-ão, todavia, devido “à *interacção entre o potencial do medium e às exigências dos internautas, entre as novas formas de produção e outras abordagens à leitura*” (RACINE, 2011: 26).²¹ Importa ressaltar este ponto, porque, primeiro, vem chamar a atenção para o facto de que nem todas as possibilidades abertas pelo digital frutificarão, e as que o conseguirem, será derivado à concordância de variados factores – não há aqui determinismo tecnológico. Segundo, porque um desses factores parece residir nas tais outras abordagens à leitura e, concomitantemente, à escrita. É o mesmo Bruno Racine a

²¹ Sublinhado nosso. Lorenzo Soccavo coloca as coisas nestes termos: há que pensar, em especial nos dias de hoje, a leitura para além do livro (SOCCAVO, 2011: 19). Também Furtado, ao analisar esse campo de turbulência que caracteriza a chegada do digital, esclarece: “*nestes últimos anos, temos vindo a assistir, com o desenvolvimento da Internet, ao aparecimento de novas formas de escrita, de edição, de distribuição e de leitura, e designadamente à multiplicação de documentos digitais, de editores electrónicos, de livrarias virtuais, de obras de referencia e bases de dados textuais online, de obras hipertextuais e de dispositivos de leitura de livros electrónicos*” (FURTADO, 2007: 17). As redes sociais não são citadas, mas pensamos que este comentário pode perfeitamente estender-se-lhes.

destacar uma das inovações que têm, já no presente, um alcance assinalável: trata-se do caso das práticas mobilizadoras de colaboração, baptizadas sob o termo de Web 2.0, sendo mesmo previsível poder assistir-se “à *eclosão de novas formas de produção dos textos*” (RACINE, 2011: 27), incluindo os literários, seja por criação dos próprios computadores, ao que se apelida de literatura generativa, seja pela intervenção de múltiplos autores diferentes, na chamada literatura hipertextual. Em suma, o que Racine sugere, sugestão essa que merece a nossa inteira concordância, é que “*o universo electrónico oferece novos territórios à expansão do conhecimento, desde que as suas produções não se limitem à mera transposição de documentos tradicionais e sejam antes concebidos segundo uma nova arquitectura*” (RACINE, 2011: 32).

Regressando a Alberto Manguel, este considera, tal como Larizza, que o digital não vem afectar o livro impresso no que toca ao seu volume de produção, pois, sustentando-se nas estatísticas de recepção de obras pela Library of Congress, verifica-se haver um crescimento da oferta daquele objecto (MANGUEL, 1999: 144-145). Conclui, então, haver mercado para os dois tipos de produto: o livro electrónico e o livro impresso, e que este está muito longe de poder ser considerado como “morto”. Esta posição, a da coexistência, tem sido apoiada por muitos investigadores. Por exemplo, Antonio Castillo Gómez, no seu breve *Das tabuinhas ao hipertexto* (CASTILLO GÓMEZ, 2004), salienta, a propósito do digital, que este vem introduzir uma mudança mais na já longa história do livro e da leitura, mas tal mudança não se traduz na morte do livro, dando, isso sim, lugar a uma coexistência de suportes, uma vez que digital e impresso servem leituras diferentes, e cada qual apresenta as suas vantagens e desvantagens.²²

A questão de o digital vir beneficiar o livro impresso tem, contudo, de ser enquadrada em termos algo diferentes dos feitos por estes autores. É verdade que a tecnologia digital tem aquele efeito, pela simples razão de que todo o processo ligado ao livro, quer a montante (redacção, revisão, edição, produção) quer a jusante (distribuição,

²² Para Racine, a coexistência é apenas um dos três cenários possíveis. Os outros dois são a resistência vitoriosa do impresso e da cadeia do livro tradicional, que considera como pouco provável, e a vitória absoluta do livro digital e dos novos protagonistas (os gigantes da Internet como a Amazon, a Google e a Apple), remetendo o livro impresso para o lugar de produto secundário ou de luxo e absorvendo os protagonistas tradicionais, isto é, os editores e livreiros (RACINE, 2011: 146; cf. também, sobre este assunto, HARKAWAY, 2012, e FURTADO, 2011). Estes protagonistas, opina ainda Racine, devem porém aproveitar as oportunidades ao seu dispor e jogar com as circunstâncias, isto porque os editores, nomeadamente, detêm um activo importante: “*são os detentores exclusivos do direito de exploração dos conteúdos protegidos pelos direitos de autor*” (RACINE, 2011: iv).

venda) só ter ficado a ganhar a partir do momento em que, nesse processo, passaram a ser integrados os meios digitais (sobre este assunto, cf. FAVA, 2011: 29-30). O livro código há muito que deixou de ser executado como o era na época de Gutenberg ou da Revolução Industrial. No entanto, não se pode nem deve ignorar o cada vez mais real crescimento do digital enquanto produto textual por direito próprio e não apenas como meio ou suporte para outro produto, o livro impresso. O digital não é um mero servidor fiel do impresso. Acontecimentos como o célebre momento em que a livraria online Amazon declarou vender mais ebooks do que livros impressos (cf. RACINE, 2011: 33), a unanimidade das estatísticas, dando conta da tendência de crescimento da leitura digital, a oferta mais alargada dos catálogos de obras digitais, a concorrência entre os novos e-readers e o surgimento dos tablets, não esquecendo igualmente a oferta gratuita que distingue programas como o Gutenberg Project, os catálogos em linha de muitas bibliotecas ou mesmo a iniciativa Google Books (para uma análise desta, cf. DARNTON, 2009; RACINE, 2011), tudo parece indicar que, mesmo havendo mercado para digital e impresso, mesmo negando as teses da morte do livro, mesmo estando do lado da convivência de suportes, mesmo admitindo que o livro impresso necessita da tecnologia digital, falta saber em que termos a relação entre impresso e digital se fará, nomeadamente a médio e longo prazo. Porque, afinal, as mudanças postas a rolar pelo digital não têm necessariamente de ser a favor do impresso. Nem contra: há é que saber, mas isso só o futuro poderá dar respostas, em que condições e debaixo de que circunstâncias a produção digital e a produção impressa serão realizadas e consumidas. De qualquer modo, o que se nos oferece dizer é que a leitura digital em ambiente Web, que é distinta da leitura digital feita num ebook, já convive há algum tempo com a leitura impressa, colocando-se aparentemente menos a questão de uma oposição. Um sítio na Web, um blogue ou uma página ou perfil no Facebook oferecem maiores diferenças, e têm muitas vezes outros objectivos, face ao texto impresso. Mesmo admitindo, por um momento, que o ebook e o livro impresso podem ser concorrentes – o que tem sido contrariado por vários especialistas, como vimos –, gera mais dúvidas afirmar que a leitura digital na Web vem afectar, negativamente, a leitura de um livro físico, exceptuando pelo tempo de lazer que lhe possa retirar, mas nem isto é uma novidade, porque já há décadas que a leitura vem disputando a sua posição com a rádio, a televisão ou o cinema, e não foi por isso que o livro impresso esmoreceu, bem pelo

contrário.²³ Portanto, se o ebook pode ser tido como um adversário directo do livro impresso (posição que é controversa), o mesmo não se dá com o online, em especial com a Web. Destinam-se, Web e livro, a propósitos liminarmente distintos.

José Afonso Furtado tem vindo a debruçar-se sobre estas questões há já vários anos. Em *O papel e o pixel*, reconhece-se que o choque causado pelo digital, introdutor de novos modos de pensar a escrita e a leitura, se deve muito ao facto de, por tradição, se associar fortemente a edição e a leitura ao impresso. O digital permite o surgimento de textos de natureza diferente, que assumem a “*heterogeneidade radical do livro impresso e dos média digitais*”, uma vez que

“a possibilidade de os média digitais integrarem conteúdos multimédia e de os organizar de modo hipertextual e interactivo leva inevitavelmente à elaboração de elementos informacionais muito afastados do modelo fechado, linear e baseado primariamente na textualidade escrita própria do livro impresso” (FURTADO, 2007: 51).

Admite-se, pois, que as tecnologias da informação e da comunicação vêm promover novas formas de textualidade, e por conseguinte novas formas de leitura. Tal não se traduz, para Furtado, no fim do livro e da leitura tradicionais. O que acontece é que estes perdem o monopólio, convivendo agora com novos suportes e práticas (FURTADO, 2007: 153-154). Esta convivência nem sempre se verificará pacífica, em particular no que concerne a algumas entidades habitualmente ligadas à chamada cadeia do livro²⁴ (cf. ANEXO VII), “*a longa cadeia que vai desde a criação do produto até à sua venda*” (ANSELMO, 1985, cit MARTINS, 1999: 2). A mais exposta a perturbações talvez seja mesmo a figura do editor,²⁵ aquele a quem cabe realizar a mediação entre as esferas da criação e da recepção, em especial quando as novas tecnologias estão a facilitar a auto-edição, ou seja, “*a decisão de um autor publicar uma obra por si escrita, em nome próprio, assumindo o grosso das responsabilidades inerentes à sua opção: financia, produz, comercializa e vende o seu próprio livro.*” (FURTADO,

²³ No capítulo II, discutir-se-á uma acusação mais séria: a de a Web distrair da leitura.

²⁴ Furtado já se dedicara à análise desta em *Os livros e as leituras*. As novas tecnologias tendem, supostamente, a promover uma desintermediação, isto é, mitigam ou até suprimem intermediários entre autor e leitor, aproximando-os. Furtado, lucidamente, aponta que tal não é de todo líquido, pois podem mesmo verificar-se mais intermediários a actuar na cadeia (FURTADO, 2000: 363 e 407-408). Havendo desintermediação ou não, a ideia que fica é a de que, hoje, “*toda a cadeia de criação, publicação, distribuição e comercialização da obra está virada de pernas para o ar*” (FRAGUAS, 2012).

²⁵ Sobre o papel do editor diante do paradigma digital, aconselhamos a leitura de todo o capítulo 5 em FAVA, 2011.

2011). Mas há um outro campo em que o editor perde protagonismo.²⁶ Cada vez se assiste mais às recomendações de livros e leituras feitas pelos próprios leitores. São estes quem aconselha o que se deve ler. “*O papel prescritor do editor tradicional e do crítico literário está a desaparecer. O que manda é o boca a boca virtual*” (FRAGUAS, 2012).²⁷ E são as redes sociais o espaço privilegiado onde essas recomendações se dão.

Em forma de síntese, as diversas opiniões parecem concordar quanto ao carácter disruptivo da revolução digital, provocadora de perturbações e mudanças nos domínios, só estancos e fechados na aparência, do livro e da leitura tal como entendidos, pelo menos, desde a época do surgimento da imprensa de caracteres móveis na Europa. Essas perturbações e mudanças poderão ser mais agudas caso a tendência de valor acrescentado e de inovação do digital face ao que é visto como tradicional no livro e na leitura se intensifique. Um desses possíveis eixos de valor acrescentado e de inovação pode ser encontrado no Facebook, mais ainda se tivermos em conta a leitura social.²⁸ Admite-se mesmo que a leitura social significará uma evolução da leitura no ambiente digital, com níveis de envolvimento e de descoberta jamais possíveis através do impresso (WIKERT, 2012). Lorenzo Soccavo acredita que a leitura social é uma prática despertada pelo digital, caracterizando-se por ser comentada, partilhada e enriquecida pelas contribuições dos utilizadores nas redes sociais (SOCCAVO, 2011: 18).

É neste contexto que o Facebook se coloca. Mas para melhor entender a rede social, é condição *sine qua non* compreender os fenómenos da Internet, da Web e da

²⁶ Não é unânime a tese da desvalorização da figura do editor. Richard Mollet considera que os editores podem tornar-se mais importantes à medida que o mercado digital avança. Os editores continuarão a servir de mediadores, providenciarão sustento financeiro aos escritores, muitas vezes pagando adiantado, tratarão do marketing e da distribuição, fulcrais nestes novos tempos. Para Mollet, os editores estarão na vanguarda da economia criativa e do conhecimento no futuro cada vez mais digital (MOLLET, 2012).

²⁷ Ver ainda o artigo de KORSUKÉWITZ, PAPALEO, 2011. Sobre a importância do “boca a boca” para difundir e dar a conhecer livros, veja-se o artigo, sustentado em sondagens, de Patrick Brown no blogue da rede social Goodreads. O boca a boca é, aí, visto como fundamental para que os leitores tomem conhecimento do que é publicado (BROWN, 2012).

²⁸ O *Dicionário do Livro* não apresenta entrada para leitura social. Oferece conceitos aproximados, como os de leitura colectiva, “*aquela que é feita em conjunto. Leitura comum*” (FARIA, PERICÃO, 2008: 716) e de leitura partilhada, “*leitura em voz alta que é feita em conjunto com outras pessoas*” (FARIA, PERICÃO, 2008: 720). Note-se, máxime nesta última, como se tem em mente a leitura impressa. Para Carlos Pinheiro, a leitura social em ambiente digital consiste na “*adaptação de funcionalidades das redes sociais à experiência de leitura de um ebook, nomeadamente a partilha de notas e opiniões sobre a obra em redes sociais ou grupos de leitura, o contacto do autor com os leitores e a leitura em grupo*” (PINHEIRO, 2011). Discordamos num ponto desta definição: o que é descrito acerca da funcionalidade da leitura social não precisa de estar limitada à partilha de opiniões acerca de ebooks. O livro impresso ou qualquer outro texto, na realidade, pode ter lugar na leitura social digital.

Web 2.0, o que corresponde à segunda grande área temática da literatura aqui utilizada. Uma compreensão adequada da história e significado dos três conceitos acima pode ser encontrada na monografia de John Naughton, *From Gutenberg to Zuckerberg: what you really need to know about the Internet*, bem como em vários dos seus artigos de opinião publicados no *The Guardian*. Embora o autor faça muitas vezes uma leitura política da Internet, os seus textos oferecem uma exposição actual e são um bom ponto de entrada nos assuntos visados. Em *The death of Web 2.0 is nigh...*, por exemplo, Naughton discute, e rebate, os vaticínios feitos sobre o fim da Web 2.0, argumentando que este paradigma é aquilo que a Web originalmente deveria ser (NAUGHTON, 2011).

Mas o que é a Web 2.0? Naughton indica que o termo apareceu pela primeira vez em 1999, mas foi só quando Tim O'Reilly o usou para explicar o sucesso das empresas Web sobreviventes à bolha dot.com²⁹ que o mesmo obteve disseminação geral, devendo-se-lhe a circunscrição do conceito em contornos definidos.³⁰

O termo Web 2.0 tem sido pois utilizado para descrever a evolução da Web numa direcção mais colaborativa e multicomunicacional, em lugar de ser usada apenas como uma ferramenta de publicação num só sentido (UKOLN, 2009c). Tecnologias como blogues, wikis, RSS, podcasts e redes sociais estão-lhe associadas, mas mais importante é perceber as características invocadas como fazendo parte deste novo paradigma da Web: a fácil utilização, a Internet como plataforma, o beta permanente, a cultura da abertura, a etiquetagem (*tagging*) ou a incorporação (*embedding*) (UKOLN, 2009c). Estes desenvolvimentos são interpretados como uma descida da Web ao nível do utilizador comum (ERTZSCHEID, 2007), permitindo também uma maior personalização e escolha. Outros vêem aqui uma autêntica “*revolução dos consumidores*” (GUNTHERT, 2011).

²⁹ A bolha dot.com refere-se à queda abrupta, no biénio 2000-2001, do valor das acções das empresas tecnológicas cotadas na bolsa norte-americana (índice NASDAQ). Para uma análise deste acontecimento e das consequências que teve no domínio da edição electrónica, cf. FAVA, 2011: 95-99.

³⁰ “A Web 2.0 é a rede enquanto plataforma, abarcando todos os dispositivos a ela ligados. As aplicações Web 2.0 são aquelas que sabem retirar vantagens dessa plataforma: disponibilizando software continuamente actualizado e que melhora quantas mais pessoas o usarem, consumindo e reutilizando informação proveniente de diversas fontes, incluindo os utilizadores, isto enquanto disponibiliza a sua própria informação e serviço numa forma que permite a reutilização por parte de outros, criando efeitos de rede através de uma “arquitetura da participação” e distanciando-se da metáfora da página que caracterizava a Web 1.0 para gerar experiências mais ricas para o utilizador” (O'REILLY, 2005a).

Têm surgido, naturalmente, críticas a esta designação. Muitos vêem no termo uma mera jogada de marketing³¹, outros apontam que o termo implica uma mudança nas tecnologias subjacentes à Web, coisa que não acontece, pois grande parte das tecnologias usadas pelos serviços Web 2.0 já existia (FAVA, 2011: 110), outros ainda afirmam que tudo aquilo exibido pela Web 2.0 pouco ou nada se diferencia da visão original de Tim Berners-Lee quando criou a WWW (UKOLN, 2009c; NAUGHTON, 2012: 229-230). Jaron Lanier vai mais longe: vê a Web 2.0 como destruidora da individualidade, da criatividade e de profissões de classe média como músicos e jornalistas; critica ainda a reutilização do conteúdo que tem lugar nos serviços Web 2.0, associando o “velho mundo”, o dos média tradicionais como jornais, livros ou cinema, com a criação de conteúdo original (WITCHALLS, 2010). Para Nicholas Carr, o tema dos conteúdos é também importante do ponto de vista económico: são muitos aqueles que produzem conteúdos – os utilizadores das plataformas –, só que tais produtores não detêm a propriedade daquilo que produzem, pois essa está nas mãos de uns poucos, os donos das plataformas: *“uma das características económicas fundamentais da Web 2.0 é a distribuição da produção nas mãos de muitos e a concentração das recompensas económicas nas mãos de poucos”* (CARR, 2006). Isto reflecte também o comportamento da própria Web: há cada vez mais sites, mas o grosso do tráfego encontra-se concentrado em poucos sítios (CARR, 2006). E o próprio Tim O’Reilly já veio a público afirmar que o conceito de Web 2.0, utilizado para definir uma Web mais dinâmica e participativa, se encontra obsoleto para representar uma realidade onde a mobilidade e o *cloud computing* importam cada vez mais (El creador..., 2011).

Apesar destas e de outras críticas, não há dúvidas de que o sufixo 2.0 “pegou”, sendo cada vez mais normal encontrá-lo associado a outros substantivos, e não somente à Web: Biblioteca 2.0, Cidadania 2.0, Democracia 2.0, Leitura 2.0,³² e um longo etc. Perante um tal facto, não é de admirar que a mudança imprimida pela Web 2.0 seja mais do foro cultural do que propriamente tecnológico (FAVA, 2011: 110).³³

³¹ A título de exemplo, eis como Sébastien Desbenoit entende a Web 2.0: um termo de marketing usado para designar os serviços e sítios Web colaborativos, isto é, lugares onde os próprios utilizadores podem criar conteúdo, como fotografias, vídeos, comentários (DESBENOIT, 2012a).

³² O conceito de Leitura 2.0, promovido inicialmente por bibliotecários, pretende exemplificar a aplicação das tecnologias Web 2.0 à promoção do livro e da leitura e ao negócio da edição em geral. Veja-se O’REILLY, 2006.

³³ Este autor, todavia, chega ao ponto de sugerir que se fale em Internet 2.0 em lugar de Web 2.0, argumentando que os serviços focados nos indivíduos e nos aspectos sociais ultrapassam a Web, casos do

As redes sociais são um caso particular, provavelmente o mais evidente, de uma tecnologia Web 2.0. De um modo sucinto, uma rede social pode ser genericamente caracterizada como um serviço online para indivíduos que partilham interesses e actividades e estão interessados em conhecer e explorar os interesses e actividades de outros. Estes serviços encontram-se desenhados para facilitar a interacção entre tais indivíduos (UKOLN, 2009b).

Entre nós, Paulo Leitão procurou analisar as funcionalidades de três redes sociais orientadas para os livros e a leitura, a saber, LibraryThing, Shelfari e Goodreads, focando-se nas capacidades de catalogação social de todas elas e avaliando a possível adopção destas plataformas em benefício das bibliotecas públicas portuguesas, em especial no que à promoção do livro e da leitura diz respeito (LEITÃO, 2009). Esta investigação, embora não se debruçando sobre o Facebook, ajuda a compreender muitas das virtudes da plataforma, virtudes partilhadas com os três sítios citados, e que podem ser resumidas na constatação de que *“as redes sociais estão a tornar-se a plataforma dominante para a criação e partilha de conteúdo”* (UNIVERSAL MCCANN’S, 2009, cit. LEITÃO, 2009: 444), mas ajuda também a perceber certas limitações, a mais evidente das quais está na ausência de mecanismos de catalogação dos conteúdos pelo utilizador, à excepção das normais *tags* que pode usar para mencionar ou identificar os seus amigos, por exemplo em fotografias. As vantagens das *tags* são, em resumo, servir de auxiliares à gestão e organização dos conteúdos (LEITÃO, 2009: 449), sobretudo para o utilizador que as cria, e eventualmente para os restantes. Recorrendo às *tags*, qualquer utilizador pode catalogar e descrever conteúdos; no caso dos sítios LibraryThing, Shelfari e Goodreads, esses conteúdos são precisamente livros.

Por fim, temos a literatura que toca, de um modo mais próximo, o Facebook, que é o exemplo mais acabado de rede social, colocando-se mesmo como *“o porta-estandarte da Web 2.0”* (FAERMAN, 2011: 29). Devido a ser uma tecnologia recente, e em constante evolução, ainda não são muitos os trabalhos de fundo dedicados a esta rede social, muito menos os que relacionam esta tecnologia com os temas da edição, do texto, do livro e da leitura, ou seja, os temas de que, em maior ou menor grau, o actual trabalho se ocupa. Tal pormenor denuncia, desde logo, a dificuldade em realizar um estado da questão. São poucas as monografias que a abordam e, quando o fazem,

Skype, do podcasting ou do p2p. Em suma, são muitas as aplicações que contribuem *“para tornar a navegação cada vez mais rica, interactiva, colectiva e sobretudo partilhada.”* (FAVA, 2011: 111).

limitam-se a breves referências, poucas vezes aprofundadas. O grosso da informação relevante para o núcleo deste trabalho de projecto pôde ser encontrado em artigos, muitos deles online em sites e blogues, quer especializados em novas tecnologias, quer em edição, livros e leituras.

O livro de David Kirkpatrick, *The Facebook effect*, descontando o seu tom por vezes demasiado encomiástico e parcial em favor da plataforma e do seu fundador Mark Zuckerberg, é ainda assim um texto essencial para entender como e porque o Facebook atingiu o estatuto de que hoje goza. Um dos elementos destacados é a capacidade do Facebook para tornar viral a informação (KIRKPATRICK, 2010: 7). Ou seja, qualquer conteúdo, nesta plataforma, pode espalhar-se como um vírus, gerando imprevisibilidade na circulação, já que a informação criada ou partilhada por um utilizador não tem destino certo, podendo ser vista e reutilizada por outros utilizadores com os quais o primeiro não mantém uma relação directa. Nada encomiástica é a posição de Jorge Majfud, que assina um artigo, *La generación post Facebook*, rebaixando a rede social. Segundo Majfud, a discussão que verdadeiramente importa não é a do livro impresso *versus* livro electrónico, ambos são manifestações de um hábito intelectual antigo, a leitura. A real oposição encontra-se entre os livros tradicionais e as redes sociais, sendo aqui a diferença abismal. Este autor sustenta que o desafio intelectual proposto pelo que circula no Facebook, onde os pensamentos são efêmeros, fraudulentos ou decorativos, fica a anos-luz dos desafios dos livros tradicionais, mesmo os piores (MAJFUD, 2012). É uma visão radical, que se concentra nas banalidades aí postas em trânsito, generalizando esses comportamentos à plataforma no seu todo. Uma observação mais atenta revela-nos outras maneiras, mais elaboradas, de dar uso ao Facebook.

Luísa Alvim, por exemplo, na sua tese de mestrado *As redes de comunicação nas bibliotecas*, estudou o uso dos blogues e do Facebook pelas bibliotecas públicas e académicas portuguesas. A autora conclui ser a utilização ainda insipiente; mesmo quando estas tecnologias são usadas, nem sempre o são do modo mais adequado no que à comunicação e prestação de serviços diz respeito (ALVIM, 2011: 113). Esta investigação encontra-se já desactualizada, visto basear-se em dados de campo de inícios de 2010; ainda assim, permanece válida no aconselhamento de boas práticas. Alvim sugere que uma correcta utilização do Facebook por parte das bibliotecas pressupõe: a) a escolha de temas pertinentes; b) a apresentação desses temas de forma

apelativa e capaz de suscitar reacções; c) capacidade de dinamizar a discussão, através de respostas aos comentários dos utilizadores (ALVIM, 2011: 115).

É ainda a procura do lugar das bibliotecas nas redes sociais, com ênfase no serviço a adolescentes e jovens adultos, a preocupação primeira da obra colectiva organizada por Denise Agosto e June Abbas, *Teens, libraries and social networking: what librarians need to know*. Aqui, o Facebook é abordado, ao lado do MySpace,³⁴ com especial cuidado, e embora o título da obra indique dirigir-se a bibliotecários, a sua leitura fornece observações pertinentes e motiva a reflexão para os temas em análise neste trabalho de projecto. Dois aspectos, de certo modo inter-relacionados, importa reter: primeiro, o de que a presença das bibliotecas nas redes sociais constitui uma “*win-win situation*” (ABBAS, AGOSTO, 2011: 2), já que é lá que os utilizadores estão, e sendo assim, as bibliotecas devem saber usufruir destas plataformas (que não implicam custos de entrada), de modo a interagirem e ligarem-se aos seus públicos, colocando informação sobre livros e outros materiais adquiridos, publicitando eventos e actividades, partilhando notícias. O mesmo pode ser dito, acrescentamos nós, de escritores e editoras, retirando daí benefício em termos de divulgação das suas obras e diálogo com os seus leitores. O Facebook, tal como o Twitter, pode ser uma autêntica “*mina de ouro*” para editoras e autores, já que, além de servirem de posto para a difusão de livros, permite conhecer o perfil dos leitores, incluindo os seus gostos e idade, entre outras informações (Twitter y Facebook..., 2011).

Segundo aspecto digno de nota é a ideia de que as redes sociais não são apenas jogos e diversão. Estas podem ser úteis do ponto de vista educacional e social (RAPACKI, 2011: 29), e tanto mais quando se conclui que a utilização de mensagens escritas está, entre os indivíduos, em particular nos mais jovens, perfeitamente disseminada (AGOSTO, VALENZA, ABBAS, 2011: 19), seja no telemóvel, no computador pessoal ou em qualquer outro dispositivo. Destes dados, retira-se a conclusão de que os actos de escrita e de leitura não estão em decadência.³⁵ Suced

³⁴ O MySpace foi, durante anos, a rede social dominante. Hoje, a sua fama é residual, sendo usada sobretudo para projectos musicais que querem dar a conhecer-se. O caso do MySpace e de outros sítios, como o Hi5, revela contudo uma dúvida que paira sobre o Facebook: qual a sua esperança de vida? Poderá ser ultrapassado pela *next big thing*? A efemeridade parece ser uma marca destas plataformas.

³⁵ No mesmo volume, Janet Hilbun aponta para a ubiquidade da leitura entre os jovens, tantas vezes acusados de não lerem: mensagens de texto, e-mails, sítios Web, estados em redes sociais... (HILBUN, 2011: 97). Steven Roger Fischer, por sua vez, declara que o trabalhador comum dispensa mais tempo a ler, cerca de 5 a 8 horas diárias, do que noutra actividade, à excepção de dormir (FISCHER, 2004: 7).

precisamente o inverso. As redes sociais, em especial a mais destacada de todas elas, o Facebook, colocam-se justamente como espaços de escrita e de leitura, com as suas matizes, uma delas sendo, em nosso entender, a de se constituírem enquanto espaços de escrita e de leitura feitas com e para os outros, ou seja, intrinsecamente sociais.

I. DO PAPIRO AO DIGITAL: ALTERAÇÕES NA MATERIALIDADE DA ESCRITA

Não sendo este o lugar para fazer uma história da leitura e da escrita, cumpre enquadrar o actual trabalho num contexto que é mais vasto do que o da leitura digital. Afinal, esta não pode ser tida como um episódio isolado e sem qualquer relação com o percurso realizado, até aos dias de hoje, pela cultura escrita. A escrita, que os especialistas julgam ter surgido há cerca de 5400 anos, na Babilónia, é tida como um fenómeno tão importante que o termo “pré-história” foi cunhado, no século XIX, para designar a história da humanidade anterior ao aparecimento daquela faculdade (BURKE, 2012: 21), denotando como foi importante para o desenvolvimento da espécie. Desde então, muitas têm sido as modificações, não sendo as dos suportes e dos formatos as menos importantes.

Antes da escrita, a comunicação era feita principalmente por recurso à oralidade: no princípio era a escuta, como esclarece Vandendorpe em claras ressonâncias bíblicas (VANDENDORPE, 1999: 13). A comunicação oral, porém, possui três limitações:³⁶ uma, o ouvinte não consegue escolher nem determinar o momento da comunicação, é sempre o orador a fazê-lo; duas, o ouvinte é passivo no circuito, encontrando-se prisioneiro do ritmo escolhido pelo narrador; três, o ouvinte está impossibilitado de voltar atrás no conteúdo de modo a seleccionar a sequência que mais lhe interessa, ficando refém do fio linear da narrativa contada. É a escrita que vem modificar este estado de coisas, rompendo com as barreiras espaço-temporais e mudando a relação do receptor face ao que é dito, pois o leitor passa a deter o poder de escolher o momento da leitura e o ritmo a que lê. Pode ainda (com maior ou menor facilidade, dependendo do tipo de texto e do suporte), escolher fragmentos do texto e abordar a leitura na ordem

³⁶ Estas limitações só fazem sentido num circuito unilateral, em que o fluxo da comunicação flui apenas do orador/emissor para o ouvinte/receptor, e ambos estão em posições fixas, não comutáveis. No circuito dialógico, a que Vandendorpe não se refere, o orador pode tornar-se ouvinte e vice-versa; nesse caso, as limitações que aponta não se colocam.

que mais lhe convém. É um novo poder, um poder que contudo foi conquistado ao longo do tempo, já que o próprio texto esteve durante largos períodos subjugado às normas da oralidade, libertando-se destas à medida que os seus suportes materiais eram aperfeiçoados e a escrita, ela mesma, se foi alterando para facilitar a leitura, colocando-a debaixo do regime da visualidade (VANDENDORPE, 1999: 13-15).

Foi assim que os primeiros suportes, matérias como osso, pedra, argila, bronze ou madeira, e os primeiros formatos,³⁷ como as tabuinhas, deram lugar a outros, mais elaborados, capazes de providenciar uma melhor manuseabilidade e legibilidade. O papiro foi um desses suportes, sendo mesmo o mais bem sucedido na Antiguidade (LANÇA, 2003: 76). Mais flexível que os antecedentes, absorvendo bem a tinta, prestando-se a ser enrolado, o que permitia a inscrição de textos extensos (textos esses que seguiam o fluxo natural da oralidade, sem separação de palavras ou pontuação), e facilmente armazenado (FISCHER, 2004: 29, 47 e 67), o papiro foi o suporte dominante até conhecer a concorrência do pergaminho, com o qual conviveu durante alguns séculos, mas sendo ultrapassado em definitivo a partir do momento³⁸ em que o pergaminho empareceira com o formato de códice. As vantagens, para a escrita e para a leitura, deste formato face ao rolo eram por demais evidentes. Mais compacto e portátil, o códice, constituído por folhas cosidas umas às outras, proporcionava uma série de funcionalidades ausentes, ou mais dificilmente executáveis, no rolo: libertava uma das mãos, autorizando a escrita e a anotação,³⁹ tornava exequível uma leitura não linear, pois possibilitava a digressão para trás e para a frente no texto, agilizando a comparação de diferentes passagens, permitia escrever em ambas as faces da folha, facilitava a inclusão de imagens e conferia ao texto uma unidade que o rolo era incapaz de atribuir: o exemplo recorrentemente citado é o da Odisseia de Homero – o texto antes distribuído por 24 rolos cabia agora num único códice (FISCHER, 2004: 86). O texto e o acto de leitura são assim alterados por um tal formato, uma alteração agudizada com a implementação (num período de tempo que abarca séculos), não do papel, nem da

³⁷ É essencial distinguir o suporte, a matéria na qual um texto é escrito, da forma ou formato em que esse texto é lido. O suporte pode ser a madeira, o papiro ou o papel, o formato diz respeito ao modo como o suporte está organizado, falando-se assim em rolo ou códice (cf. FURTADO, 2000: 14-15). Portanto, podemos ter um códice em papiro, embora o vulgar seja encontrar este formato em pergaminho.

³⁸ Supõe-se que a partir do século IV. Cf. VANDENDORPE, 1999: 50.

³⁹ Ao “*compartilhar a escrita e a leitura*” (CASTILLO GÓMEZ, 2004: 23), o códice possibilita um diálogo do leitor com o texto escrito. Este diálogo, esta interacção, é um dos aspectos que marca a diferença entre a Web 2.0 e o anterior paradigma da Web, como se verá no capítulo III.

imprensa de caracteres móveis,⁴⁰ mas sim de elementos destinados a auxiliar a leitura, nomeadamente a leitura silenciosa, intimista e visual: separação de palavras, letras minúsculas, índices, título, pontuação, rubricas, capítulos, letras capitulares e paginação, entre outros (VANDENDORPE, 1999: 52-53, FISCHER, 2004: 183).

A partir do século XVI, o texto impresso afasta-se do modelo medieval (BLASSELLE, 1997: 85). A tipografia padroniza-se e evolui para tornar a apresentação do texto mais elegante (como é facilmente visível nas edições aldinas), beneficiando a leitura; os livros dispersam-se e disseminam-se com uma facilidade inaudita até então, apesar dos mecanismos de controlo instituídos pelas autoridades; a aposta marcante nos pequenos formatos, como o in-8º, alarga o público leitor e as práticas de leitura, sobretudo a partir do momento em que a alfabetização se expande e a imprensa manual dá lugar à industrial. Observa-se, pois, que o próprio livro impresso sofreu alterações desde o seu aparecimento com Gutenberg.⁴¹ A história do livro não faz mais do que contar-nos as suas diversas configurações (LANÇA, 2003: 76); não é um objecto unívoco nem estanque, tantas foram as alterações que conheceu. Paralelamente, o livro, na sua forma de códice, não foi, nem é, o único contentor de palavras escritas: o digital assume-se como um suporte por direito próprio, um suporte que modifica a organização do texto (CHARTIER, 1997: 136) e, assim, a relação que com ele tem o leitor.

Conclui-se, portanto, o conceito de texto não ser algo aplicável apenas a material impresso, afinal apenas uma das muitas encarnações que pode assumir (VANDENDORPE, 1999: 10). É um erro tomar o texto impresso como arquétipo.⁴² O texto pode existir numa multiplicidade de formas e materiais:

“Defino texto de forma a incluir dados verbais, visuais, orais e numéricos, na forma de mapas, impressos, e música, de arquivos de som gravado, de filmes, vídeos, e qualquer informação armazenada em computador, na realidade tudo desde a epigrafia até às formas mais recentes de discografia” (MCKENZIE, 1999: 13).

⁴⁰ Não é aqui o lugar para debater se a imprensa constitui uma revolução do livro e da leitura. As opiniões dividem-se, embora ultimamente se tenha enraizado a relativização do impacto da invenção de Gutenberg, visto esta não ter modificado e sim continuado o livro tal como vinha sendo executado, permitindo tão-só reproduzi-lo rapidamente, em quantidade e a um custo menos oneroso. McKenzie, Chartier e Darnton são autoridades que subscrevem esta posição, reforçando a continuidade do impresso face ao manuscrito. Uma discussão deste tema pode encontrar-se em FURTADO, 1995: 46-49.

⁴¹ *“Que um livro não é hoje, para as pessoas, o mesmo objecto de há trezentos, cem, ou mesmo trinta anos, ninguém tem dúvidas”* (LISBOA, 1997: 10).

⁴² Cf., sobre este assunto, SUTHERLAND, 2009, p. 19-20.

O texto digital é pois mais uma forma que o texto pode assumir; paralelamente, a leitura digital é apenas mais um tipo de leitura, com as suas particularidades.

II. LEITURA-LEITURAS

Tal como sucede com o texto, a leitura tem conhecido múltiplas manifestações. A leitura pertence ao grupo daqueles conceitos que, pela sua natureza, se tornam virtualmente impossíveis de explicar de um modo satisfatório. Furtado refere que se trata não de um acto único, *“sempre idêntico, mas uma prática complexa”* (FURTADO, 2007: 92); Darnton confessa que, apesar das muitas publicações sobre o assunto, a leitura continua a permanecer imbuída de mistério (DARNTON, 2009: 201); Fischer indica que *“o acto de ler é variável, nunca absoluto”* (FISCHER, 2004: 11). Sartre fala dessa *“estranha operação”* à qual se dá o nome de leitura (SARTRE, 2002: 33).

Mais produtivo, julgamos, do que procurar encontrar uma definição para a leitura, empresa aparentemente fadada ao insucesso, será mostrar como se processa a leitura e optar, quando se fala de “leitura”, por compreender que aquilo que existe, na realidade, são “leituras”: *“não há uma mas muitas, uma infinidade de leituras, consoante a natureza dos volumes, o tipo dos textos lidos, as pessoas que os lêem, os momentos e as situações em que os lêem, as necessidades a que dão (ou não) resposta.”* (BARBIER, 1995, cit. FURTADO, 2007: 92-93).⁴³ A época é igualmente determinante, pois aquilo que a leitura era no passado não coincide exactamente com o que é nos nossos dias. *“Ao longo da história, a leitura tem significado coisas bem diferentes para vários povos”* (FISCHER, 2004: 12); trata-se então de uma noção plástica, evolutiva, e se nos primórdios da humanidade a leitura, enquanto capacidade, aparentava estar associada a outras actividades essenciais à sobrevivência, como o reconhecimento de pistas, marcas e rostos ou a recolha de alimentos, actividades que requerem a percepção e avaliação rápidas de um conjunto de dados visuais, a partir do aparecimento da escrita, entendida como alinhamento de símbolos convencionais destinados a reproduzir a fala e o pensamento (FISCHER, 2004: 15), a leitura passa a ter outras funções, não só práticas

⁴³ Já antes, no seu texto clássico de 1995, *O livro*, Furtado expunha posição similar, alertando para se falar em leituras ou em práticas de leitura ao invés de leitura (FURTADO, 1995: 55). Aqueles são termos revestidos de menor compromisso com uma definição que não pode ser senão arbitrária; são, pois, mais neutrais e capacitados para denotar, com mais acuidade, a diversidade de razões para ler. É o mesmo autor quem exprime *“o carácter plural da leitura”* (FURTADO, 2000: 189).

(apoio à administração) mas também, ao fim de um certo tempo, lúdicas.⁴⁴ A partir de então, torna-se possível distinguir variadas razões para ler e também variadas práticas de leitura. Assim, tem-se a leitura oral, feita em voz alta, a leitura silenciosa, visual, a leitura intensiva, caracterizada por se fazer sobre poucos livros, mas lidos até à exaustão, a leitura extensiva, feita superficialmente sobre uma grande diversidade de textos (CHARTIER, 1999: 139-141), a leitura intimista e solitária, a leitura social, a leitura erudita, e um longo, longo etc.

McKenzie reforça a importância, para qualquer tipo de leitura, das condições materiais dos textos. Na esteira, Chartier refere que estas, bem como os factores culturais, foram mais determinantes para as ditas “revoluções da leitura” do que as questões tecnológicas, à excepção da mais recente, a revolução digital. Assim, a primeira “revolução da leitura” citada por Chartier, a passagem da leitura oral à leitura silenciosa,⁴⁵ deveu-se às mudanças na escrita (o fim da *scriptio continua*) e à substituição do modelo monástico pelo escolástico (CHARTIER, 1999: 23-24, CHARTIER, 2005: 707). Foi muito graças a estas alterações que a prática da leitura silenciosa, que havia coexistido com a leitura oral desde os séculos VI-V a.C. mas perdera fulgor à entrada na Idade Média, pôde ser retomada progressivamente por diferentes grupos de leitores: o clero entre os séculos VII e XI, os académicos dos séculos XII e XII e a aristocracia laica a partir do Renascimento, portanto antes da introdução da imprensa de caracteres móveis, que mais não fez do que continuar esse percurso. A segunda revolução dá-se, no século XVIII, e refere-se não tanto à passagem da leitura intensiva para a leitura extensiva⁴⁶ e sim à presença de uma grande diversidade de práticas de leitura e de novos géneros literários, fruto do crescimento da produção livreira, da disseminação dos jornais, do triunfo dos pequenos formatos, do crescimento da contrafacção e da proliferação das sociedades de leitura e das bibliotecas, que possibilitam a leitura de textos sem ter de adquiri-los (CHARTIER,

⁴⁴ Os fins práticos antecederam os lúdicos, diz-nos Castillo Gómez, para quem a escrita começou a responder, no princípio, a necessidades “*de ordem económica, política, administrativa, religiosa ou jurídica*” (CASTILLO GÓMEZ, 2004: 11). Só mais tarde, estima-se que nos finais do III e sobretudo durante o II milénios a.C. é que surge uma escrita literária, de que a epopeia de Gilgamesh é o *ex-libris*, correspondendo a um tipo de leitura lúdica.

⁴⁵ Note-se que se trata de uma tendência. A passagem de uma leitura de tendência maioritariamente oral para uma de tendência maioritariamente silenciosa não significa o fim daquela. Ainda hoje se podem ver exemplos de leituras orais: nos cultos religiosos, em lançamentos de livros e sessões de autógrafos.

⁴⁶ Também aqui se está perante uma tendência. O próprio Chartier alerta para não se exagerar na oposição entre estas duas práticas de leitura (CHARTIER, 2005: 708).

1997: 267-269, CHARTIER, 2005: 708). Tudo isto é anterior à industrialização da produção livreira, diz-nos o autor. Já a terceira revolução, a do texto electrónico, é uma em que se assiste, em simultâneo, a uma nova técnica de reprodução dos textos, a uma radical transformação do suporte e a uma nova organização da escrita (CHARTIER, 2005: 708, CHARTIER, 1997: 136). Ou seja, é aquilo que Chartier declara ser uma mudança tecnológica e formal (CHARTIER, 1997: 34), pois ler no ecrã é uma prática diferente, mas é igualmente uma mudança cultural, porque o digital pressupõe literacias informacionais, novas aprendizagens e novas competências que, à semelhança do alfabeto, têm de ser assimiladas pelos indivíduos que pretendem ler nesse suporte.⁴⁷

Para entender essa assimilação, convém ter uma compreensão de como se processa a leitura. Uma descrição pormenorizada e actual é testemunhada pelo trabalho do neurocientista Stanislas Dehaene. Ler, já se sabe, é uma técnica de decodificação (FURTADO, 2000: 189), de compreensão de símbolos escritos (FISCHER, 2004: 11), mas é uma técnica que os seres humanos foram adquirindo. O cérebro não tinha, originalmente, como função ler,⁴⁸ e o aparecimento da escrita e do alfabeto são acontecimentos, em termos evolutivos, demasiado recentes na história da humanidade para que se gerassem, na espécie, circuitos neuronais especializados na leitura. Contudo, as recentes técnicas da imagiologia revelam que, quando diferentes indivíduos lêem, são activadas as mesmas regiões cerebrais, como se houvesse uma zona do cérebro dedicada em exclusivo à leitura. Ora, o facto de o cérebro não estar “desenhado” para ler mas ao mesmo tempo existir uma área do córtex que é despertada quando lê, motiva aquilo a que se chama de “*paradoxo da leitura*” (DEHAENE, 2010: 4). A solução para este dilema, Dehaene encontra-a na hipótese da *reciclagem neuronal*, significando isto que o cérebro humano, embora esteja fortemente limitado pela genética, possui certos circuitos que admitem alguma variabilidade. Parte do nosso sistema visual, por exemplo, não está fixado; em vez disso, encontra-se aberto às mudanças ambientais.⁴⁹ É essa plasticidade dentro de um cérebro bem estruturado que permitiu aos escribas antigos inventar a escrita e nos permite, milhares de anos volvidos, ler.

⁴⁷ Wolton aconselha precisamente a falar-se de revolução só quando há coincidência entre a inovação tecnológica e determinadas mudanças sociais e culturais (WOLTON, 2000: 172). É por isso que “*a revolução do texto electrónico será também uma revolução da leitura*” (CHARTIER, 1997: 142).

⁴⁸ O que, segundo Dehaene, explica a dificuldade da sua aprendizagem (DEHAENE, 2012: 3 e 308).

As técnicas da imagiologia revelam então, quando aplicadas ao cérebro humano, que a leitura se dá no hemisfério esquerdo, mais precisamente numa área situada na região occipito-temporal (cf. ANEXOS VIII e IX). É aqui que o cérebro processa e analisa as letras e as reencaminha para outras regiões, que tratarão de associar tais letras a sons (a via fonética) e a sentidos (a via lexical), mostrando que “*ler é um sofisticado jogo de construção*” (DEHAENE, 2010: 92). A tal área deu-se o nome de caixa de letras (*letterbox*): trata-se de uma zona geneticamente preparada para identificar formas básicas essenciais à percepção e definição dos contornos de um qualquer objecto,⁵⁰ mas que graças à aprendizagem se torna apta a reconhecer letras e palavras. Fica claro que a capacidade de ler surge da colaboração entre genética/natureza e aprendizagem/cultura. Os seres humanos são capazes de adaptar uma matéria prima existente a um uso novo, uma adaptabilidade todavia limitada, pois o tecido neuronal só é “reciclável” dentro de um certo âmbito. A plasticidade não é total, como de resto o mero facto de a localização da caixa de letras ser semelhante, independentemente dos indivíduos, demonstra.⁵¹

Automaticamente, a pergunta que se põe, tendo em conta que o cérebro possui uma certa abertura ao ambiente, podendo reorganizar as suas sinapses, é: será possível à Internet introduzir aí alterações? Dehaene, não desenvolvendo o tema, aponta para uma resposta afirmativa. A Internet, como aliás qualquer manifestação cultural aprendida, motiva uma redefinição dos nossos neurónios (DEHAENE, 2010: 307-308).⁵²

Pois bem, na leitura que fez da obra de Dehaene, o escritor e crítico John Miedema confessou o estranhamento sentido ao ter lido, inicialmente, a versão ebook de *Reading in the brain* (MIEDEMA, 2012). Na sua opinião, havia qualquer coisa na versão digital que não parecia correcta, e foi só ao completar uma segunda leitura, desta

⁵⁰ Entre essas formas básicas estão ângulos, linhas curvas e retas, que são uma espécie de proto-letras (DEHAENE, 2010: 137).

⁵¹ O estudo das lesões cerebrais mostra, contudo, que há localizações alternativas. Doentes com lesões cerebrais adquiridas no hemisfério esquerdo, na área onde se encontra a caixa de letras, conseguem, especialmente se ainda forem jovens, reciclar outras regiões para a leitura. Caso curioso, a região preferida, nestas ocasiões, é uma área situada na região occipito-temporal... do hemisfério direito! (DEHAENE, 2010: 169). Sobre a importância que o estudo das lesões cerebrais tem na compreensão da leitura, aconselha-se, além da obra de Dehaene, a visualização do documentário produzido e apresentado por Rita Carter para a BBC Four, *Why reading matters*.

⁵² A objecção que aqui pode ser levantada é: não configura isto um determinismo tecnológico? Julgamos que não. A Internet e as novas tecnologias precisam sempre de estar num ambiente favorável para se constituírem elas próprias num ambiente ao qual o cérebro humano se adapte. Assim, um indivíduo que desconheça como utilizar as novas tecnologias nunca terá os seus neurónios redefinidos por elas. Não podem esquecer-se então as questões educacionais e formativas, no fundo, a literacia informacional.

feita em versão papel, que compreendeu do que se tratava, fundamentando-se nas próprias teses de Stanislas Dehaene. Se os seres humanos são capazes de ler graças à plasticidade de certas áreas do cérebro, que permite a reciclagem de circuitos neuronais originalmente preparados para outras funções, tal supõe adaptar o cérebro à evolução cultural surgida com a escrita. A adaptação não é fácil, e é essa mesma dificuldade que pode ajudar o menor à-vontade aquando da leitura num ecrã. É preciso treino de modo a reprogramar o cérebro para a leitura digital, cuja legibilidade é menor, oferece menos conforto e uma sensação de completude inferior quando comparada com a leitura de um códice impresso. O receio de Miedema situa-se, no entanto, noutro ponto: partindo do princípio que a reprogramação do cérebro para a leitura terá significado, como indica Dehaene, a diminuição ou mesmo perda de faculdades mais antigas, como a capacidade de identificar rastros de animais, a questão que se coloca é a de a adaptação à leitura digital poder significar a perda da leitura de tipo prolongado e profundo. Ou seja, estaria em cima da mesa aquilo a que Lev Grossman, noutro contexto, categoriza de *trade-off*: para se ganhar algo, a leitura digital, somos obrigados a abrir mão de outra coisa.⁵³

Honestamente, não parece haver dados suficientes que permitam confirmar a hipótese avançada por Miedema. Ademais, este esquece-se de que a legibilidade do impresso foi uma conquista.⁵⁴ Sempre houve queixas quanto à legibilidade dos textos, tanto na época dos manuscritos como depois da imprensa. Daí ser abusivo afirmar uma indissociabilidade entre impresso e legibilidade. Por enquanto, não oferece contestação dizer que a leitura de um livro impresso, bem produzido, é menos cansativa que a leitura de um texto em ambiente digital, já que as condições de legibilidade são, de momento, superiores naquele suporte. As razões estão muito bem expostas num artigo de James Felici. A legibilidade é problemática para os ebooks e, em geral, para qualquer leitura em ecrã porque os corpos das letras habitualmente usados nos impressos (10 e 11) são

⁵³ Grossman discute a questão do *trade-off* ao manifestar a sua preferência pelo impresso em relação ao digital. Na sua perspectiva, o ebook oferece maior portabilidade, é compacto e pesquisável, mas o códice não necessita de bateria, é elegante e, razão maior, surge associado a uma leitura não linear distinta da não linearidade imputada ao digital. Alega Grossman, dando como exemplo a leitura de um romance, que saltar de um ponto para outro do texto é uma acção menos escoceita e confortável num e-reader, sendo a leitura neste dispositivo feita sobretudo linearmente, página a página (ou através de *scroll*), ou não linearmente de termo de pesquisa em termo de pesquisa. A não linearidade do códice refere-se antes à possibilidade de navegação pela rede de conexões internas de um romance, e é esta não linearidade que se perde no digital (GROSSMAN, 2011). A tese é no mínimo discutível, sobretudo porque a não linearidade que Grossman atribui ao códice está apresentada e definida em termos algo vagos e não se percebe por que razão o digital não permite, também, essa navegação pelas conexões internas de um texto.

demasiado pequenos num ecrã, e corpos maiores (12 e 14) perdem definição. A explicação, que ajuda a perceber por que a leitura de textos impressos é 25% mais veloz do que a de textos electrónicos (FELICI, 2012), está em os monitores mostrarem os caracteres através de pixéis com brilho. Em lugar de cada carácter ser composto de pixéis negros, na verdade o que é composto é toda a área em redor do carácter (cf. ANEXO X). Naturalmente, como tudo o que brilha gera uma “aura”, a má focagem dos caracteres torna-se inevitável e em consequência cansa mais a vista, implicando um severo obstáculo à leitura prolongada. Já o que o e-paper faz, é utilizar partículas pigmentadas em vez de pixéis com brilho, provocando um melhor contraste em comparação ao apresentado por uma ecrã de computador. Ainda assim, a focagem não é tão boa quanto a do impresso (cf. ANEXO X).

Porém, este ainda notório desfasamento entre o digital e o impresso pode ser anulado, fruto dos desenvolvimentos tecnológicos. Nada impede que, no futuro, a leitura feita sobre um ecrã tenha qualidades iguais ou mesmo superiores de legibilidade em relação ao que estamos habituados a ver num texto impresso. E, havendo legibilidade óptima, nada impede, também, que se faça uma leitura atenta, prolongada e profunda. Mais propenso a causar obstáculos a esta maneira de ler, julgamos, é a capacidade para a distração. Nicholas Carr já apontara nessa direcção quando, no seu famoso artigo *Is Google making us stupid?*, referia a dificuldade em concentrar-se num livro ou artigo extensos, fruto da distração provocada pelo online (CARR, 2008). Enquanto que a leitura de um livro impresso ou mesmo de um ebook num e-reader sem funções multimédia tende a ser imersiva, ler através de um dispositivo multimédia (como um tablet) ou ler na Web oferece uma panóplia de distrações que fragmentam ou interrompem mesmo a leitura (BOSMAN, RICHTER, 2012), já que a Web é um meio que, se por um lado atrai a nossa atenção, por outro lado dispersa-a, tal o número de estímulos que aí concorrem. A distração é pois uma constante: clicar um link, ver um vídeo, observar comentários, recomendar o livro no Facebook, consultar o email, ir ao Twitter ou ao Youtube... (COLLERA, 2012). Como consequência, o cérebro humano processa menos a informação linearmente, e mais paralelamente (SLOTNISKY, 2012).

Reconhece-se assim que o digital tenderá a oferecer certas particularidades à leitura: num ecrã, *“o “mesmo” texto já não é exactamente o mesmo, porque os novos dispositivos formais que o apresentam ao seu leitor modificam as suas condições de recepção e de compreensão”* (CHARTIER, 1997: 158). Uma particularidade, para além

das referidas falta de legibilidade e aumento da distração, está na leitura social digital, uma expressão com sentido desde que a Web se materializou em Web 2.0.⁵⁵

III. A WEB 2.0

Embora seja um conceito recente, o uso do termo Web 2.0 propagou-se até à exaustão, tornando-se o sustentáculo de grande parte dos negócios que têm lugar online. A Web 2.0 é para ser entendida, e o mesmo acontece com a Web original e a Internet, como uma plataforma: trata-se de uma base sobre a qual programas imbuídos do espírito que rege a Web 2.0 podem funcionar, tal como um sistema operativo é um software sobre o qual outros programas, com diferentes propósitos, assentam. Muitas são as aplicações (algumas, como o Facebook, elas próprias plataformas, pois o Facebook também permite que aplicações externas corram por cima do site) bem sucedidas, entre as quais se encontram as redes sociais. Entender a filosofia da Web 2.0 implica, porém, distingui-la do paradigma anterior e também da Internet.

As duas redes: Internet e Web.

Com frequência, os conceitos de Internet e de Web são confundidos. Em concreto, a Internet, cuja origem se situa na ARPANET, uma rede que ligava computadores sob alçada da ARPA (Advanced Research Projects Agency) no Departamento de Defesa norte-americano, com o objectivo de *“optimizar a utilização de recursos informáticos dispendiosos com base na partilha de tempo online”* (CASTELLS, 2004: 35), é tão-só a infraestrutura física, a base tecnológica sobre a qual outros projectos podem ser desenvolvidos, não apenas a Web, mas também aplicações de p2p, serviços de email e chat, entre outros (NAUGHTON, 2012: 39-40),⁵⁶ isto

⁵⁵ “Com o ecrã é inaugurada uma nova sociabilidade: ao lermos, podemos anotar e exportar as nossas notas, sublinhar, acrescentar marcadores, partilhar fragmentos no Facebook ou comentários no Twitter e ver o que sublinharam, marcaram ou comentaram outras pessoas que leram o mesmo livro” (COLLERA, 2012).

⁵⁶ António Machuco Rosa argumenta que, em boa verdade, a Internet não existe. O que existe são variadas sub-redes interconectadas. A Internet não passa do conjunto de redes ligadas através de um protocolo comum, actualmente designado por TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), que estabelece as regras para a comunicação e troca de dados entre postos (ROSA, 2003: 40). O TCP é responsável pelo envio dos dados e por fazê-los chegar ao destino na ordem correcta, o IP comanda o esquema de endereço e identificação dos postos envolvidos na troca de dados. Em termos simples, é isto o que a Internet faz: conduzir dados de um ponto até outro, de uma origem para um destino.

porque uma das marcas da Internet é a sua neutralidade, isto é, a rede não foi desenhada para sustentar nenhuma aplicação em particular. Ainda que neutral, para a Internet o aparecimento da WWW é interpretado como sendo um “*acontecimento capital*” (ROSA, 2003: 47). Foi Tim Berners-Lee, funcionário do CERN, quem impulsionou o projecto de uma rede virtual que trabalharia sobre a rede física que é a Internet, valendo-se para tal de um protocolo, o http (HyperText Transfer Protocol), e de uma linguagem, o HTML (HyperText Markup Language), que permite conjugar texto, imagem e som. Devido aos protocolos serem abertos, qualquer pessoa que com ligação à Internet e uma aplicação que respeite esses protocolos, como um browser, está apto a aceder à Web.

O fundamental da Web está no hipertexto, basicamente “*uma rede composta por nós conectados por ligações*” (ROSA, 2003: 50). Os nós, aqui, são as diversas páginas Web, que reenviam para outros nós através de links. Tem-se assim um repositório de informação na forma de páginas que se encontram associadas umas às outras por intermédio de ligações clicáveis (NAUGHTON, 2012: 210). Estas páginas, porém, se permitiam que os utilizadores lhes acessem, não possibilitavam a interacção, ou faziam-no de uma forma bastante limitada. A informação, regra geral, funcionava apenas num sentido, era um média *read-only* (NAUGHTON, 2012: 221). O que a Web 2.0 vem potenciar é precisamente a bidireccionalidade, a transacção, tornando-se um meio *read/write*, estimulando o consumo mas também a produção de conteúdo por parte dos utilizadores, aspecto que é um dos fenómenos mais marcantes do actual ecossistema mediático (NAUGHTON, 2012: 116). Os utilizadores são vistos como colaboradores activos, já não como meros espectadores. A Web, então, passa a ser uma rede de escrita,⁵⁷ fundada na arquitectura da participação tão cara a Tim O’Reilly.

A multiplicidade de serviços caracteriza a Web 2.0. Paulo Leitão agrupou-os de acordo com a funcionalidade (LEITÃO, 2009: 442). Assim, temos: plataformas de publicação, como blogues e wikis, ou de micropublicação, como o Twitter; plataformas de partilha, como o Youtube e o Flickr; plataformas de discussão, como os fóruns ou o

⁵⁷ Olivier Ertzscheid assume a Web como sendo um espaço de escrita (ERTZSCHEID, 2011b). Desde logo, a Web é um código de escrita informática, composta por zeros e uns, mas ao longo da sua evolução, diversas outras escritas têm surgido: as escritas hipertextuais; as escritas industriais presentes nos gigantes que são os motores de pesquisa, que indexam as páginas recorrendo a algoritmos; as escritas de subscrição e agregação, exemplificadas pelo RSS; as escritas figurativas, que são em simultâneo escritas de si e escritas da delação dos outros, ambas sintomáticas dos estados publicados em redes sociais como o Twitter ou o Facebook; por fim, as escritas aplicativas, que correspondem aos softwares aplicativos, e que curiosamente conduzem, mormente se tomarmos em consideração os dispositivos móveis, à anulação do teclado enquanto elemento de interacção, cada vez mais substituído pelos touchscreen.

Instant Messenger; redes sociais, quer generalistas (Facebook) quer de nicho (LinkedIn); plataformas de universos virtuais, como o Second Life; finalmente, plataformas de jogos multiplayer, como World of Warcraft. Esta multiplicidade de serviços é motivo para se poder distinguir entre Web 2.0 e Web social ou média sociais. Desbenoit, na sua definição de Web social, destaca que esta é centrada no utilizador (uma propriedade muitas vezes imputada à Web 2.0), que possui a liberdade de escolher, em qualquer um dos média sociais, a quem quer destinar os seus conteúdos e subscrever os conteúdos alheios que lhe interessam (DESBENOIT, 2012a). Agosto e Abbas realçam que os média sociais estão mais desenhados para a partilha de conteúdos, não tanto para a comunicação e a interacção, caso do Youtube. Estas autoras admitem no entanto que há sobreposição entre a Web 2.0 e os média sociais (AGOSTO, ABBAS, 2011: xvii). O Facebook é um desses casos de sobreposição.

Redes sociais.

Encarnação por excelência da Web 2.0, as redes sociais são na realidade serviços surgidos no final dos anos 90 do século passado,⁵⁸ mas só se tornaram populares a partir, principalmente, de 2003 (BOYD, ELLISON, 2007), tendo hoje em dia uma presença ubíqua (KIRKPATRICK, 2010: 85) e contando com milhões de utilizadores. Todas as redes sociais, aliás, se baseiam no princípio do efeito de rede: o poder e o valor para os utilizadores de uma rede aumentam dramaticamente com o número de pessoas que a utilizam (NAUGHTON, 2012: 290, KIRKPATRICK, 2010: 143-144 e 275-276). Redes sociais, em concreto, são sítios que permitem aos utilizadores: a) construir um perfil, público ou semi-público, dentro de um sistema fechado; b) criar uma lista de outros utilizadores com os quais se partilha algo em comum; c) ver e navegar a sua própria lista de contactos e as listas de outros utilizadores dentro do sistema (BOYD, ELLISON, 2007). O fulcral de qualquer rede social, independentemente do conjunto de funcionalidades oferecidas, está então em disponibilizar perfis que revelam uma lista articulada de amigos que são também utilizadores da plataforma. Em muitos casos, as redes sociais são suportadas por comunidades reais, quer dizer, constituem-se por pessoas que já se conhecem, mas possuem três vantagens que Paulo Leitão elencou:

⁵⁸ 1997 é o ano do lançamento da primeira rede social, o sixdegrees.com (BOYD, ELLISON, 2007). Um calendário do lançamento das principais redes sociais pode ser visto no ANEXO XI.

possibilitam a criação de novas conexões (podem ser gerados, nas redes sociais, laços para lá dos que existem no mundo real), eliminam barreiras espaço-temporais e tornam possível enriquecer qualquer tema aí discutido através do aproveitamento das funcionalidades hipertextuais (LEITÃO, 2009: 444 e 457). É este valor acrescentado, reconhecendo por um lado que são os utilizadores quem contribui com conteúdo, e por outro lado que as redes sociais podem servir vários propósitos e beneficiar os indivíduos de maneiras distintas, que procuraremos ver no domínio do livro e da leitura.

IV. LEITURA E LEITORES NO FACEBOOK

O livro, circulando na forma impressa ou manuscrita, parece ter tido ao longo da sua existência uma função social, motivando debates, comentários, discussões.⁵⁹ Mas no ambiente digital, algumas dúvidas têm sido levantadas acerca do grau de função social que um ebook pode manifestar, designadamente se os mecanismos de DRM forem demasiado restritivos. Ainda assim, mesmo quando os utilizadores se vêem impossibilitados de, legalmente, fazer circular os ebooks, é cada vez mais frequente deparar no ecrã com opiniões e discussões acerca de leituras realizadas. Com efeito, o meio digital parece encorajar as trocas de opiniões entre consumidores, havendo mesmo quem sustente ser a leitura digital menos individualista do que a tradicional, pois aquela encontra-se não poucas vezes associada às redes sociais e à partilha que nestas se verifica (POIRIER, 2012). As redes sociais, então, podem ser o equivalente virtual a espaços físicos como bibliotecas ou livrarias, locais onde são recomendados textos e

⁵⁹ A função social do livro não é unanimemente aceite por todos. Lorenzo Soccavo assevera que a dimensão social do livro diminuiu a partir do momento em que a leitura oral foi subjugada pela leitura silenciosa, mais solitária e íntima. Claire Bélisle, por sua vez, esclarece que o fundamental está na própria sociedade, ou seja, é esta e os seus valores o que está na base dos laços que podem ou não gerar-se em torno, por exemplo de livros, dependendo de se valorizar mais o individualismo ou a cooperação. Caroline Etivant resume este ponto, declarando que *“a criação de laços sociais não se deve aos utensílios ou às tecnologias e sim à natureza humana”* (POIRIER, 2012). Também Tiago Santos mostra ser algo céptico quanto à leitura enquanto criadora de sociabilidades novas. O que sucede, na sua perspectiva, é as leituras comunitárias serem feitas no seio de comunidades nas quais já existem laços sociais prévios – família, estudantes, operários, mulheres... *“A leitura não tem o poder de criar pontes onde estas previamente não existam”* (SANTOS, 2009: 234). Em nosso ver, todavia, esta posição não se aplica à leitura social digital. Aqui, os laços sociais prévios parecem ser mais difusos, se não mesmo inexistentes, construindo-se quase *ab ovo* a partir, por exemplo, de leituras. É o próprio Manuel Castells a referir que é um determinado assunto aquilo que convida à interação online. Um sítio acerca de livros atrairá amantes da leitura, que poderão aí participar e interagir. Os utilizadores podem então comunicar dentro de comunidades online tendo como denominador comum os seus interesses e afinidades. Geram-se assim *“comunidades especializadas, ou seja, formas de sociabilidade construídas em torno de interesses específicos”* (CASTELLS, 2004: 162). Precisamente, um dos propósitos do Facebook era *“poder ligar pessoas através de coisas”* (KIRKPATRICK, 2010: 20).

partilhadas experiências. A leitura social digital deslocará estas acções para o ciberespaço, possibilitando aos utilizadores comentar acerca de livros, exprimir posições, colocar ligações que podem ser vistas e comentadas por outros, valorizando assim os textos, tal como *“cada leitor, através da sua leitura, enriquece o livro”* (KAPLAN, 2012). Cabe, nas próximas linhas, perceber a posição do Facebook neste cenário; para tal, justifica-se antes caracterizar, ainda que de forma ligeira, a plataforma.

Breve caracterização do Facebook.

Criado em 2004 por estudantes de Harvard inspirados nos comuns livros de alunos das universidades norte-americanas, o Facebook não foi a primeira rede social a surgir, mas tornou-se em pouco tempo a dominante. Inicialmente destinada aos discentes de Harvard, depressa se expandiu por outros campus universitários, a que se seguiram os estudantes do secundário no final de 2005. A partir de 2006, passa a aceitar qualquer pessoa maior de 13 anos e possuidora de um endereço de correio electrónico. A sua utilização é gratuita e intuitiva: permite criar um perfil (ou uma página, no caso de marcas, instituições e figuras públicas) contendo informação pessoal, mais ou menos detalhada conforme vontade do utilizador. Após gerar o seu perfil, o utilizador pode adicionar amigos que já façam parte do Facebook ou convidar quem ainda não faça. Pode ainda subscrever pessoas ou páginas cujos conteúdos lhe interessem (e aqui a variedade é infinita), mantendo-se a par das actualizações. Por fim, é-lhe possível criar conteúdo próprio ou disponibilizar conteúdo proveniente de outras fontes, como por exemplo sítios Web. Face aos conteúdos disponibilizados, o utilizador pode efectuar três acções: Gostar, que emite uma apreciação positiva acerca do conteúdo, Comentar, em que exprime qualquer coisa sobre esse conteúdo, e Partilhar, que integra esse conteúdo no perfil do utilizador e informa os contactos deste, os quais passam a estar aptos, desde que visualizem essa informação, a agir sobre o conteúdo. Estas e outras funcionalidades,⁶⁰ bem como o *design* simples, limpo mas atraente (PETERSEN, 2010) facilitaram a consolidação do Facebook, tornando-o a rede social mais difundida por todo o mundo e levando a que se transformasse, verdadeiramente, numa empresa. A reforçá-lo, a Oferta Pública Inicial lançada a 18 de Maio de 2012, com as acções a

⁶⁰ Para um conhecimento mais alargado das funcionalidades do Facebook, cf. JOSHI, RUTLEDGE, 2011.

serem, no início, cotadas a 38 dólares. A 31 de Agosto, porém, o valor tinha caído para 18.06 dólares, uma queda de 52% relativamente ao valor da OPI (ASSOCIATED PRESS, 2012; cf. ANEXO XII). Face a este descalabro, analistas vieram declarar o fim da rede social, comparando-a com o Yahoo, um gigante antes da bolha dot.com, mas que hoje em dia vale apenas 10% do valor que atingira em 2000 (LAIRD, 2012). Uma das razões pode estar na ascensão da Web móvel. O Facebook é um site grande e pesado, o que é uma limitação no que toca ao acesso a partir de telemóveis e outros dispositivos, como os tablets. Mesmo com a recente aquisição, por parte da empresa de Mark Zuckerberg, da aplicação de fotografias Instagram, o Facebook ainda está longe de se tornar uma força a ter em conta no domínio das tecnologias móveis.⁶¹

Havendo ou não dúvidas sobre a sustentabilidade futura do Facebook, importa ainda assim estudá-lo e tentar perceber o que se pode fazer aí. Não é extemporâneo, pois, verificar o seu lugar no âmbito do livro e da leitura. É a isso que se procederá de seguida, havendo previamente que realçar não se dever entender os dois pontos desenvolvidos, a divulgação do livro e da leitura e a leitura social e partilhada, como dissociados um do outro, muito menos como opostos. É bem o inverso que sucede, pois a sociabilidade é estimulada para benefícios publicitários, e os mecanismos publicitários apelam à sociabilidade e à interacção.

Difusão e promoção do livro e da leitura no Facebook.

Resolveu-se, por razões de organização e economia de espaço, destacar, para esta secção, duas entidades do mundo do livro e da leitura: escritores e editoras.⁶²

⁶¹ Estas dificuldades encaixam na visão de Eric Jackson, fundador da empresa de investimentos Ironfire Capital, de que as empresas baseadas na Internet podem ser agrupadas em três gerações: a primeira é a dos serviços que organizam e agregam a informação da Web, como os portais, em particular o Yahoo, ou os motores de pesquisa, como o Google; a segunda geração corresponde às empresas que fazem da Web social o seu negócio, como o Facebook; a terceira geração é, justamente, a dos serviços que pretendem capitalizar à conta dos utilizadores dos dispositivos móveis (LAIRD, 2012). A sensação que fica é a de que as empresas bem sucedidas de uma geração não são capazes, ou têm muitas dificuldades, de levar esse sucesso para a geração seguinte (uma evidência é a de o Google ainda não ter conseguido instalar-se na segunda geração através do seu Google+). Assume-se, portanto, que o Facebook terá na terceira geração uma barreira a considerar, barreira que pode pôr toda a plataforma em cheque. Acrescente-se a isto os vaticínios sobre uma nova bolha, desta feita uma bolha das redes sociais. Sobre o tema, cf. SHANKLAND, 2011, COPELAND, 2012b, PEREIRA, 2012.

⁶² Poderíamos ter igualmente focado as bibliotecas, cuja presença não pode ser desvalorizada, mas preferimos remeter para trabalhos já realizados neste domínio, como os de LEITÃO, 2009, ALVIM, 2011 e AGOSTO, ABBAS, 2011. Não deixamos porém de notar o caso da maratona de leitura patrocinada pela

Esclareça-se que, devido à vastidão do universo, não foram utilizados critérios de selecção para os exemplos aqui apresentados. Não se fez um lançamento exaustivo das páginas ou perfis de editoras e escritores, uma vez que o propósito do presente trabalho de projecto se limita à exibição de práticas representativas da utilização do Facebook por aquelas entidades. Limitámo-nos, portanto, a um apanhado aleatório, com destaque para editoras e autores portugueses. Um levantamento exaustivo e científico pode perfeitamente caber em desenvolvimentos futuros.

Outras entidades, além de escritores e editoras, merecem uma curta referência: os periódicos especializados, como a New York Review of Books, a London Review of Books, a Ler; os sítios de análise e consultadoria editorial, como o Publishing Perspectives, o Booktailors; comunidades de leitores e clubes de leitura, como o Clube da Leitura, o Sítio do Livro; espaços de crítica literária, como o El Placer de la Lectura. Estes últimos justificam um rápido apontamento, por serem paradigmáticos do que O'Reilly designa de “*aproveitamento da inteligência colectiva*” (O'REILLY, 2005b). Tratam-se de páginas de crítica *inter pares*, isto é, crítica literária feita por e para leitores comuns, tornadas famosas por sites como a Amazon. Ao contrário do esperado, estas críticas, agregadas,⁶³ merecem tanta fiabilidade quanto as feitas por críticos profissionais (DOBRESCU, LUCA, MOTTA, 2012). Estas críticas de amadores, que são assim *prosumers*,⁶⁴ possuem uma vantagem considerável no que toca à divulgação de livros junto do público comum, porque este pode encontrar mais pontos de contacto com outros amadores do que com os críticos profissionais (FERENSTEIN, 2012).

Como pode então o Facebook servir o mundo do livro e da leitura? Edward Nawotka questiona-se sobre a necessidade do uso de média sociais para vender livros. Aqueles parecem resultar principalmente com os leitores que passam muito tempo

Biblioteca Pública de Évora em Abril de 2010 por ocasião do Dia Mundial do Livro (cf. ANEXO XIII). O objectivo era “*ler e partilhar a leitura*”. A iniciativa foi tida por estimulante, mas não teve continuação.

⁶³ Ou seja, é o agregado da informação que constitui valor. No meio das críticas feitas por utilizadores comuns, é fácil encontrar opiniões abstrusas, outras falsas, mas como há tantas opiniões em trânsito, a média de informação coerente e acertada é elevada e modera a corrupção e a parcialidade. Os próprios críticos profissionais por vezes são mais parciais do que os utilizadores comuns: um estudo desenvolvido em Harvard conclui que aqueles têm tendência a avaliar positivamente autores que já ganharam a atenção da imprensa e conquistaram prémios, sendo mais lentos, em comparação com os consumidores, a avaliar livros de autores desconhecidos (DOBRESCU, LUCA, MOTTA, 2012). Este estudo faz recordar um outro, apresentado na revista *Nature*, que comparou as entradas na Wikipedia com as da Enciclopédia Britânica, concluindo não haver diferenças quanto à fiabilidade (cf. TERDIMAN, 2005).

⁶⁴ Neologismo que associa os termos *producer* e *consumer* (cf. BRIGGLE, 2010, ALVIM, 2011: 24).

online; quanto aos outros, aqueles que não buscam na Web opções de leitura ou entretenimento, a eficácia é reduzida ou nula. Daí concluir que os média sociais podem não ser indispensáveis para chegar aos leitores, mas mal não fazem (NAWOTKA, 2012); a aposta ficará sempre dependente de uma análise de custo/benefício por parte de quem tem por função promover o livro e a leitura. Manuel de Freitas, por seu turno, aconselha a utilização de plataformas digitais, como blogues, Facebook, Twitter, Youtube e fóruns especializados, como mostra de divulgação de uma obra (FREITAS, 2009), em especial quando se trata de um primeiro livro. Luis Zueco, escritor espanhol, opina que as redes sociais são fundamentais para os jovens escritores, ele que teve a capa do seu mais recente romance, *El escalón 33*, escolhida precisamente através do Facebook (MUÑOZ, 2012). Mas mesmo escritores já consagrados mostram apreciar as redes sociais como forma de se ligarem aos seus leitores. Salman Rushdie, a título de exemplo, confessa ser utilizador do Twitter (INGRAM, 2012) e George RR Martin já promoveu uma sessão de perguntas e respostas com os leitores via Facebook (SCHLUEP, 2012). Neil Gaiman é um utilizador assíduo das redes sociais e tem, desde Setembro de 2012, uma aplicação na sua página de Facebook mostrando as suas obras e convidando os utilizadores a ler excertos das mesmas (cf. ANEXO XIV). O escritor Tony Parson teve uma leitura pública do seu *Departures: seven stories from Heathrow* feita em directo via *streaming* pelo Facebook (K, 2011). E Gergely Teglasz foi ainda mais longe ao iniciar a escrita de um romance na própria rede social, na página Zwirbler, um *work in progress* com colaboração dos leitores (SCHAEFER, 2010).

Os escritores portugueses, adaptando-se aos novos tempos, têm também vindo a aderir à plataforma. Tal é válido quer para escritores de gerações mais novas, como José Luís Peixoto, João Tordo, Valter Hugo Mãe, Gonçalo M. Tavares, Raquel Ochoa, quer para escritores mais velhos e já com uma longa carreira, casos de Mário de Carvalho, Teolinda Gersão, Rui Zink, Alice Vieira. Como seria de esperar, *best sellers* como José Rodrigues dos Santos ou Margarida Rebelo Pinto asseguram presença nesta rede social.

A utilização de uma página ou perfil pode variar consoante a personalidade que está por detrás dela, e muitas vezes reflecte-a, sobretudo quando é o próprio escritor o responsável pela gestão de conteúdos. Isto significa, em certas ocasiões, ir para além dos meros propósitos comerciais de promoção do autor e da obra. Há escritores que utilizam o Facebook para divulgar os seus textos, sim, mas também para comentar assuntos que julguem interessantes, partilhar ligações e notícias, ou mesmo para tecer

considerações de teor mais banal ou humorístico. Rui Zink, a título de exemplo, tem por hábito partilhar vídeos provenientes do Youtube. Idem para José Luís Peixoto. Mário de Carvalho, que já declarou utilizar o Facebook apenas como plataforma de publicação, não estando interessado em interagir com os utilizadores (cf. ANEXO XV), tem brindado os subscritores com apreciações de filmes da sua preferência e já se lançou em diatribes politizadas acerca da polémica *História de Portugal* de Rui Ramos. Longe de serem criticáveis, estas condutas fazem todo o sentido no Facebook, um espaço virtual onde os utilizadores podem pôr um pouco de si próprios, contribuindo assim para concretizar os sonhos de uma Internet mais humanizada (PETERSEN, 2010).

Não restam contudo dúvidas de que um escritor se vale do Facebook por razões comerciais. Não é mesmo de todo invulgar um escritor, ou uma editora, criarem uma página para uma obra específica. Tome-se o caso do romance de Rui Zink, *O amante é sempre o último a saber*, que conta com uma página no Facebook. A página serve para publicitar o livro e o autor (cf. ANEXO XVI), mas também para alguns *fait-divers*, não relacionados com aqueles, como por exemplo, uma vez mais, a partilha de clipes musicais do Youtube. Também a Editorial Presença utilizou o Facebook para promover o livro *Darling Jim*, lançado em 2011, criando uma página para a obra e recompensando os subscritores que encomendassem o livro (cf. ANEXO XVII).

Mas ter uma página ou perfil pode ser, para os escritores, uma faca de dois gumes. Se aumenta a ligação com os leitores, actuais e potenciais, pode também causar uma exposição inesperada, com repercussões não previstas originalmente pelo escritor ou por quem, em seu nome, gere a página ou perfil. Sobretudo num contexto onde, cada vez mais, as atenções se viram para o que as figuras públicas afirmam nas redes sociais. Ainda recentemente, a 17 de Agosto de 2012, um estado publicado por Valter Hugo Mãe no Facebook, em que este desabafava algum descontentamento com a sua editora, a Objectiva, (cf. ANEXO XVIII) gerou celeuma e teve reflexos fora do domínio da rede social (VIEIRA, 2012), obrigando mesmo a um esclarecimento do autor, colocado igualmente no Facebook, a 23 de Agosto. O caso de Margarida Rebelo Pinto merece ser citado, por razões distintas. Em 2010, esta autora publicou uma crónica, intitulada *As gordinhas e as outras*, que provocou ondas de choque ainda hoje visíveis na página de Facebook, já que os conteúdos informativos são autenticamente anulados perante o chorrilho de *hate comment* aí colocado pelos utilizadores (cf. um exemplo no ANEXO

XIX).⁶⁵ Esta situação acaba igualmente por revelar a má gestão feita na página: uma gestão mais eficiente trataria de limar todo e qualquer discurso ofensivo.

Daí que, tão importante quanto ter uma página ou perfil, é saber utilizá-los. Para isso, urge compreender a lógica do Facebook, que não é a mesma de outros meios. Compreendendo-a, torna-se mais fácil a missão de divulgar o livro e a leitura. Tome-se o caso dos passatempos promovidos por editoras, que nos interessa citar por resumirem muitas das práticas que podem ter lugar na plataforma. Os passatempos são sempre uma boa forma de atrair público para uma marca e o mundo editorial não constitui uma excepção. Fazê-lo no Facebook constitui uma opção válida, porém a eficácia de tal medida passa por tirar partido das capacidades constitutivas da plataforma. Claro que é sempre possível utilizar uma abordagem, digamos, mais “conservadora”,⁶⁶ simplesmente, tendo o Facebook a sua própria lógica, quem pretender ter aqui uma presença significativa deve procurar adaptar-se o melhor possível a essa lógica. Exemplos de abordagens conservadoras podem ser vistos nas páginas de várias editoras. A Quetzal, a 21 de Maio de 2012, resolveu colocar um passatempo que consistia em identificar o título e o autor do livro da sua chancela que iniciava com a frase “*A ocorrência parecia ser das mais banais*” (cf. ANEXO XX). O autor da primeira resposta correcta ganharia um exemplar do livro em causa. A Temas & Debates, a 30 de Julho de 2012, publicou na sua página do Facebook um passatempo, a propósito da obra *O mundo da arte roubada*, em que convidava os utilizadores a dizer que obra de arte gostariam de ter na sua sala de jantar (cf. ANEXO XXI). O prémio, também um exemplar do livro, seria oferecido ao utilizador que desse, no entendimento dos gestores da página, a melhor resposta. Quer num quer noutro caso, a estratégia faz um uso pouco elaborado das capacidades do Facebook.

A mesma Quetzal, em data posterior (18 de Julho de 2012) à do passatempo atrás referido da mesma casa, parece ter percebido melhor como aproveitar o Facebook. Em novo passatempo, em vez de se premiar a primeira resposta acertada ou eleger a melhor, colocou-se, por assim dizer, a bola do lado dos próprios utilizadores, ao convidá-los a votar nas respostas dadas através do botão “Gosto”. Assim, o utilizador

⁶⁵ Supõe-se que o Facebook, por se basear em identidades reais, refreia o factor desinibidor que pode ser encontrado em muitas interações online (MARINUCCI, 2010: 67), mas a página de Margarida Rebelo Pinto é uma amostra de como o insulto também aí tem lugar.

⁶⁶ Ou seja, utilizar o Facebook como se utilizaria outro meio qualquer, sem atender à sua especificidade.

cuja resposta acertada tivesse mais “Gosto” seria o agraciado com o exemplar do livro proposto no passatempo, *O Terceiro Reich* (cf. ANEXO XXII). Esta é uma forma simples mas inteligente de tirar proveito do Facebook: estimula a criatividade dos utilizadores, atribui-lhes um certo controlo, pois a decisão cabe aos pares e, pormenor benéfico e previamente pensado pelos responsáveis,⁶⁷ chama gente à página.

Há outras formas, mais elaboradas, de utilizar o Facebook: criar aplicações que serão integradas na página comercial. Páginas de editoras podem desenvolver aplicações para passatempos (ou outra situação qualquer), gerando diferença face à concorrência e atraindo, em teoria, mais utilizadores. A página da Penguin UK, por exemplo,⁶⁸ caracteriza-se por ter várias aplicações integradas: podcasts (que podem ser descarregados a partir do Facebook), passatempos (cf. ANEXO XXIII), ligação ao Youtube, blogue, e mesmo uma loja virtual. Como é evidente, isto envolve, além de um conhecimento das potencialidades da rede social, uma estratégia bem planificada em termos de marketing por parte da editora e, obrigatoriamente, investimentos proporcionais, tanto em termos monetários como em termos de tempo. Não surpreende, então, que a maior parte das páginas de editoras portuguesas consultadas revele a ausência deste género de funcionalidades; excepções são a Editorial Presença, que integra votações na sua página através da aplicação Polls for Facebook,⁶⁹ ou a Porto Editora. Estas formas que designámos de mais elaboradas, todavia, possuem um sério senão: nem sempre estão desenhadas para a socialização e interacção.

A divulgação de obras e autores será sempre o objectivo primário das páginas de editoras no Facebook. Isso pode ser feito de múltiplas maneiras: colocar excertos de obras (cf. ANEXO XIV), directamente no perfil ou recorrendo a aplicações (cf. ANEXO XXV), noticiar os lançamentos (cf. ANEXO XXVI), criar eventos, como sessões de lançamento ou de autógrafos (cf. ANEXO XXVII), publicitando-os na rede social, partilhar informações provenientes de outros sítios, mas que ajudam aos propósitos publicitários (cf. ANEXO XXVIII). A prestabilidade do Facebook é portanto enorme. Uma coisa, porém, é autores e editoras fazerem uso do Facebook, outra bem

⁶⁷ Como se pode verificar até por um dos comentários da própria Quetzal, apelando a que os utilizadores “tragam os amigos para a votação” (cf. ANEXO XXII).

⁶⁸ Mas também a da Vintage constitui uma boa amostra do que se pode fazer com aplicações. Veja-se a de passatempos em <URL: https://www.facebook.com/vintageanchor/app_28134323652>.

⁶⁹ Numa destas votações, os responsáveis da página permitiram que fossem os utilizadores a escolher a capa para uma das recentes publicações da editora, *Nunca é tarde demais*, da escritora Fern Michaels.

diferente é avaliar o seu impacto junto do público. As avaliações, mesmo as feitas por empresas, caso da SocialBakers, dão preferência aos valores quantitativos, destacando, indiferentemente, o número de fãs de uma página e o número de gostos, comentários e partilhas feitas sobre conteúdos publicados na mesma (cf. ANEXO XXIX). Consideramos não ser esta a melhor forma de medir a eficácia de uma página e o seu envolvimento com os utilizadores. Gostar, Comentar e Partilhar têm de ser distinguidos, porque ilustram níveis de interacção diferentes. Em especial, os comentários “*exigem algo mais do que uma aprovação, manifestando para além do sentimento de consentimento ou de desaprovação, a exigência de escrita de uma frase argumentativa ou de um acrescentar algo de novo à discussão expressa na publicação*” (ALVIM, 2010: 87). No fundo, trata-se de reconhecer que nem todas as acções executadas têm a mesma relevância no que respeita à interacção e à capacidade de valor acrescentado. Porque o Facebook é uma plataforma feita para a socialização, as acções que, como a partilha ou o comentário, reforçam esse carácter social, devem ter maior importância analítica do que o mero “Gosto”. O mesmo é válido quando se fala da leitura social.

Leitores e leituras: a leitura social.

Num artigo de 201, Victor Keegan, verificando que o mercado digital de distribuição de livros se encontrava dominado e verticalizado por gigantes da indústria, perguntava-se pela existência de uma rede de autores e leitores através da qual estes pudessem interagir, comprar e trocar obras, ou, nas suas palavras, por um “*Facebook dos livros*” (KEEGAN, 2010) que gerasse um modelo horizontal, capaz de tornar a leitura uma experiência comunitária, apostando nas comunidades de leitores, escritores, bloggers e fãs, por oposição aos silos digitais que funcionam em *lock in*.⁷⁰ Matteo Berlucchi espanta-se com a expressão “leitura social”, contra-intuitiva devido à leitura ser vista como uma actividade solitária; assume no entanto a inevitabilidade da leitura social digital, pela simples razão de que as pessoas, online, têm vontade de socializar tudo, e assim sendo, por que não as leituras? (BERLUCCHI, 2011). Trip Adler, co-

⁷⁰ O modelo *lock in*, que se refere à falta de interoperabilidade entre dispositivos de leitura, levando a que não seja possível ler o mesmo texto electrónico em duas plataformas diferentes, tal é o vínculo ente aparelho leitor e texto, tem sido dos aspectos mais censurados do mercado ebook. Para mais detalhes, consulte-se FURTADO, 2007: 38-39 e FAVA, 2011: 85. Trata-se de um problema ainda não completamente ultrapassado (ROSENBLATT, 2011).

-fundador do Scribd,⁷¹ publicou um artigo de opinião, nessa plataforma, cujo título era claro: *The future of reading and publishing is social* (ADLER, 2010). Consciente de que as redes sociais são um lugar onde, entre outras actividades, se recomendam conteúdos, como notícias, vídeos e links, Adler pugnou por tornar o Scribd, que se dedica ao conteúdo escrito, designadamente documentos de texto, uma plataforma mais social, crente de que a socialização aumentaria as formas como os conteúdos são encontrados e distribuídos pelos indivíduos. Não se enganou: após a introdução de funcionalidades sociais (como a integração com o Facebook e o Twitter) o Scribd cresceu exponencialmente,⁷² ligando os indivíduos através das suas leituras. Javier Celaya, recentemente, corrobora-o: na era da participação (que é, acima de tudo, participação digital), descobrir e ler um livro deixam de ser actividades solitárias e convertem-se em actos sociais. É e será cada vez mais possível partilhar a experiência de ler fundamentando-se nessa “*afinidade leitora*” (CELAYA, 2012).

Ora, não estando o Facebook vocacionado para ser esse Facebook dos livros que pedia Keegan, já que, ao contrário de sítios como LibraryThing, Goodreads, Shelfari, Issuu,⁷³ Scribd, Club Dante⁷⁴ ou Skoob,⁷⁵ não é uma plataforma exclusivamente dedicada ao texto, ao livro e à leitura, oferece poucas dúvidas de que pode ser convertida num instrumento para tal, aspecto de resto comprovado pela quantidade de aplicações dedicadas a livros aí presentes, evidenciando que nem todas as aplicações são jogos do género do popular Farmville.⁷⁶ E pode ser ainda – e é – algo mais: um instrumento onde tem lugar um tipo singular de leitura, a leitura social,⁷⁷ e tal acontece

⁷¹ Trata-se de um sítio de partilha de documentos activo desde 2007.

⁷² Conta hoje mais de 50 milhões de utilizadores, ocupando o 211º lugar no Alexa (WIKIPEDIA, 2012).

⁷³ O Issuu é um site, semelhante ao Scribd, que permite a publicação, partilha e descarga de textos online.

⁷⁴ Rede social para escritores e leitores formada na sequência de um projecto envolvendo Itália, Espanha e a América Latina (La cultura..., 2012).

⁷⁵ Trata-se de uma rede social, em língua portuguesa (Brasil), especializada em livros.

⁷⁶ Jason Boog realizou um levantamento, bastante discutível, refira-se, das melhores aplicações para livros no Facebook, aplicações quer permitem aos utilizadores trocar e descobrir livros, encontrar clubes de livros, publicar críticas, saber o que os amigos estão a ler, etc. A mais popular é a aplicação da rede social Goodreads. Cf. BOOG, 2011).

⁷⁷ A leitura social em ambiente digital não é, nem precisa ser, exclusiva das redes sociais. Os ebooks podem também circular com funcionalidades sociais. Um utilizador pode sublinhar uma passagem de um livro electrónico que tenha em mãos e, se a aplicação de leitura o permitir (como a do Kindle), essa informação pode ser comparada com a de outros utilizadores. O escritor James Meek, por exemplo, ficou surpreendido, quando sublinhava uma passagem de um livro que se encontrava a ler no seu iPad, por lhe ser revelado que outros leitores haviam sublinhado a mesma passagem (COUTINHO, 2011a). De acrescentar que as aplicações de leitura podem remeter para as redes sociais, permitindo a partilha de

devido às propriedades exibidas pelo Facebook,⁷⁸ em particular as opções de Gostar, Comentar e Partilhar (sobretudo as últimas), que transformam qualquer conteúdo, como um texto, num conteúdo disseminável e sujeito à interacção (cf. ANEXO XXX).⁷⁹

E o Facebook, afinal, é uma rede social. É um sítio onde os indivíduos interagem através de uma *persona* virtual, coincidente com a identidade real. É uma plataforma de publicação, na qual os utilizadores colocam textos, fotografias, vídeos, podendo outros utilizadores agir sobre esses conteúdos: comentando, gostando ou partilhando. Portanto, o Facebook assume-se como um local *read/write* por excelência, com a agravante de ser eminentemente social e, ao sê-lo, influenciar a forma como um texto é lido na Web. Porque se deve reconhecer que um texto é e não é o mesmo texto quando se encontra acompanhado de epitextos,⁸⁰ e os “Gosto”, os comentários e as partilhas feitas por utilizadores assumem-se justamente como epitextos no Facebook, determinando a leitura que é feita. Admitindo que as formas produzem sentido, não se pode deixar de admitir, igualmente, que um texto “acrescentado” de apêndices, como os comentários, não é igual a um texto onde esses apêndices estão ausentes.⁸¹ As opções que esta rede social disponibiliza aos utilizadores são opções que interferem com a leitura e permitem discutir, debater, opinar sobre os conteúdos, quase como se estivéssemos perante um

excertos de obras (JUÁREZ, 2011). Seja como for, os aspectos sociais são ainda vistos como deficientes nos e-readers.

⁷⁸ Dir-se-ia que, no Facebook, qualquer texto, ou qualquer conteúdo aí publicado, já agora, é potencialmente “sociável”. Sempre que um utilizador publica um conteúdo, essa informação pode ser vista, desde que não sejam alteradas as definições padrão, por todos os seus contactos, cabendo a estes a decisão de, caso vejam a informação, agir sobre ela através das funções de Gosto, Comentar ou Partilhar. Poder-se-á objectar: mas o que distingue o Facebook de um chat (que o Facebook também disponibiliza) ou de serviços de email (idem) ou SMS? O que caracteriza o Facebook é justamente a circunstância de a sociabilidade se realizar a partir de um texto ou conteúdo publicado, que se assume como o assunto “base”, tal como nas tradicionais sessões de leitura se lia, comentava e discutia um texto pelos vários intervenientes. A leitura social parte daqui, de um texto que se espalha por diferentes pessoas. É isto o que ocorre no Facebook e o diferencia dos diálogos que têm lugar num chat, os quais não carecem de um tema prévio para se desenrolarem. No Facebook, a leitura social acontece porque há um conteúdo que gera a sociabilidade, um conteúdo que é partilhado ou comentado por indivíduos que usam a sua identidade real, o que também permite distinguir este sítio dos blogues, onde tal nem sempre acontece.

⁷⁹ Estas opções, na verdade, assumem-se como *dominant design*: hoje, todos esperam poder fazer qualquer uma dessas acções, quando não todas em simultâneo, sobre os conteúdos que encontrem na rede. Emitir uma posição de agrado (Gostar), exprimir uma opinião (Comentar) e partilhar o conteúdo (Partilhar) são opções que disponíveis em cada vez mais serviços Web-based, porque é isso que os utilizadores querem. Afinal, “*o paradigma da Net não é a troca, mas a partilha*” (PEREIRA, 2002: 63).

⁸⁰ Epitexto é todo o discurso que rodeia a obra, mas que está fora dela (BABO: 1993, 128). Exemplo disto é a crítica, a entrevista ao autor, a opinião, o boato. A especificidade do Facebook é que os epitextos podem ser encontrados junto dos próprios textos, ao contrário do Twitter, que funciona mais num modelo hipertextual, derivado da sua limitação a 140 caracteres.

⁸¹ A comparação que pode ser traçada é com os manuscritos medievais: não é irrelevante, para a sua leitura, o texto vir acompanhado de notas e comentários. *Mutatis mutandis*, tem-se o mesmo no Facebook.

diálogo cara a cara.⁸² Um excerto retirado de um livro impresso pode ser copiado para o Facebook e gerar reacções. Um fragmento proveniente de um ebook pode ser partilhado na rede social e dado a conhecer a todos os contactos. E quando essas partilhas ocorrem e as reacções se geram, o texto vai ser sujeito a diversas leituras que, de certa forma, modificam a natureza própria desse texto.

Não só os epitextos influenciam a leitura. O mesmo se dá com outros elementos, entre os quais as imagens. Há, no caso destas, um pormenor que deve ser tido em atenção.⁸³ O Facebook (nisto se distingue do Twitter) possibilita, quando um utilizador partilha um conteúdo de origem externa (suponhamos, uma notícia proveniente de um site), uma certa contextualização desse conteúdo, através da apresentação do título do conteúdo, do site original onde se encontra, de uma imagem em *thumbnail* e mesmo, em certas ocasiões, de um cabeçalho reproduzindo parte do conteúdo a partilhar (cf. ANEXO XXXI). Esta “amostra” do conteúdo dá azo a que qualquer utilizador seja capaz de apreciar previamente esse mesmo conteúdo, linkando-o se tal lhe interessar. O paralelismo que se pode fazer aqui é o do livro impresso, com os seus paratextos:⁸⁴ capa, título, descrição sumária na contra-capas ou nas badanas. Tais paratextos, trabalho editorial por excelência, servem para contextualizar o conteúdo, são uma sua amostra, despertando o interesse do eventual leitor.⁸⁵ E tal como se pode perfeitamente julgar um livro pela sua capa, também qualquer conteúdo partilhado no Facebook pode ser julgado de antemão se houver uma contextualização, por mínima que seja, desse mesmo conteúdo. Havendo-a, o utilizador fica em melhor posição de decidir se, de facto, pretende navegar ou não para aquele conteúdo. No fundo, é uma espécie de pré-leitura que pode (ou não) conduzir à leitura propriamente dita do conteúdo.

⁸² Mimi Marinucci defende a ideia de que o Facebook mimetiza muitos dos aspectos presentes na interacção pessoal (MARINUCCI, 2010: 66).

⁸³ Acerca da importância da imagem e da sua capacidade para fazer passar sentido, cf. LISBOA, 2005: 7.

⁸⁴ “*As páginas de título (do livro, do capítulo) e o paratexto em geral possuem como função orientar os esquemas de recepção e criar redes em função das quais terá sentido tudo o que será lido em seguida*” (VANDENDORPE, 1999: 124). O paratexto, termo cunhado por Genette, é uma propriedade originalmente atribuída ao livro impresso (cf. BABO: 1993, 125-126), mas cremos não ser despropositado aplicá-lo aos textos que circulam no Facebook.

⁸⁵ Catarina Florindo mostrou como essa função paratextual pode ser particularmente intensa, não se remetendo a uma amostra, no caso do álbum narrativo de potencial recepção infantil, pois aí os paratextos “*deixam de ser apenas um suporte para veicular uma mensagem (...) para passarem a ser, também eles, uma mensagem*” (FLORINDO, 2012: 19), contribuindo para que se esteja perante um objecto total.

Outra característica do Facebook (e dissemelhança de vulto em relação ao Twitter) está no número considerável de caracteres disponíveis para o utilizador. Se aquando da criação da rede social, nos tempos de Harvard, a publicação de um texto não podia exceder os 160 caracteres, actualmente o sítio permite que se escreva até 63206, o que, como de resto é publicitado, permitiria a um romance comum, que em média possui 500000 caracteres, ser publicado em 9 *posts* (TAYLOR, 2011; cf. ANEXO XXXII). Num certo sentido, pelo menos em teoria, esta liberdade de extensão na escrita permite romper com a tantas vezes apontada fragmentariedade do digital,⁸⁶ de que a rede social Twitter é sintomática.⁸⁷ Na prática, todavia, a grande maioria dos utilizadores mostra preferência, no Facebook, pelos textos breves face às longas dissertações, mesmo tendo esta escolha (ERTZSCHEID, 2011a).

Ora, uma das questões mais salientes da fragmentariedade ou da vitória do microconteúdo sobre o conteúdo prende-se com a possível perda, quando não ausência, de um contexto significativo. Fazer circular um fragmento é retirá-lo do contexto, e este joga um papel fulcral na compreensão.⁸⁸ Excertos extraídos do todo de que faziam parte, todo esse que é significativo, pode muito bem traduzir-se na perda de algo não inteiramente acessório, levando a que haja riqueza de informação, mas pobreza de contexto (OCLC, 2004, cit FURTADO, 2007: 132). Mas não se pense que este aspecto é exclusivo do digital. Obviamente, não o é: basta recordar a proliferação dos *commonplace books*,⁸⁹ ou cadernos de lugares comuns, para perceber que sempre houve

⁸⁶ Sobre a questão do fragmento como característico do digital, veja-se FURTADO, 2007: 126-129.

⁸⁷ É no Twitter, efectivamente, que prevalece a escrita breve e constrangida pelo limite de 140 caracteres. Esta “prisão” pode implicar, adianta Olivier Ertzscheid, um verdadeiro trabalho literário, pois cada utilizador é obrigado a ser sucinto e a dominar certas convenções, como a utilização de acrónimos ou *hashtags* (termos antecidos do símbolo # para referir um assunto que esteja a ser discutido na rede social). Estas fórmulas podem ajudar a explicar o porquê da inclinação dos jornalistas pelo Twitter (ERTZSCHEID, 2011a). Até escritores, como a vencedora do Pulitzer, Jennifer Egan, mostram estar fascinados pela estranha poesia que é possível encontrar em apenas 140 caracteres (COUTINHO, 2012). Registe-se, aliás, não ser de agora a atracção pela escrita breve. A poesia do género *haiku* caracteriza-se precisamente pela singeleza da sua expressão.

⁸⁸ Sobre a importância do contexto para o sentido de um texto, cf. VANDENDORPE, 1999: 93-94. Uma das críticas que este autor aponta ao digital é justamente a descontextualização. Se num código o leitor, quando volta uma página, sabe à partida que o que vai ler se trata da continuação da(s) antecedente(s), no digital (Vandendorpe refere-se na verdade ao texto hipertextual) corre-se o risco de, clicando numa ligação, haver um afastamento do contexto no qual se encontrava. É por essa razão que declara: “a leitura não se encontra necessariamente facilitada pelo novo média” (VANDENDORPE, 1993: 221).

⁸⁹ Darnton salienta a função dos *commonplace books* por alturas de finais do Renascimento, onde proliferava, justamente, uma leitura de tipo fragmentário, caracterizada por saltar de livro em livro, retirando-se de cada um as partes consideradas mais notáveis, transcritas então para esses cadernos pessoais. Tais cadernos, preenchidos com esta e aquela citações, muitas vezes acompanhadas de

um fascínio pelo microconteúdo. Idem para o sucesso do romance-folhetim durante o século XIX. Publicados em fascículos, isto é, fragmentariamente em jornais ou revistas da época, estes textos tinham uma clientela fiel que, por vezes, chegava a enviar sugestões para os episódios seguintes (BLASSELLE, 1998: 45-46), o que antecipa a tão elogiada comunicação entre autor e leitor levada a cabo pelos serviços Web 2.0.⁹⁰

Um último comentário merece-nos a leitura no Facebook. Tal como, no século XIX, o romance-folhetim estendeu a leitura a sectores da sociedade com ela pouco familiarizados, a leitura no Facebook, bem como a escrita, pelo seu carácter intrinsecamente social, podem alargar-se a novos leitores, é dizer, a pessoas que no seu dia a dia não têm por hábito escrever ou ler mas que, graças às propriedades desta rede social, o fazem, e numa escala considerável, tendo em conta o tempo que passam na plataforma, seja colocando estados, comentando estados de amigos, partilhando textos. Estes “novos leitores”, leitores que pouco alcançados pelos tradicionais impressos, têm aqui um espaço de “escreitura”, um espaço que tem as suas deficiências, como a perda de contexto ou a ausência de *gatekeepers* avalizados – editores, numa palavra –, onde a lógica de circulação dos textos pode ser demagógica, quer dizer, impera o mínimo denominador comum, sendo frequentes vezes o mais comentado e partilhado aquele conteúdo de teor mais leve ou sensacionalista (defeito este não exclusivo do Facebook: quantas vezes fora o romance acusado do mesmo?), mas possuindo esta grande vantagem: leva a palavra a quem quer que se inscreva na plataforma.

comentários (“*ler e escrever eram então atividades inseparáveis*”, escreve Darnton), revelavam-se praticamente livros originais, marcados pela personalidade do seu possuidor (DARNTON, 2009: 150 e 169. Cf. também CHARTIER, 1997: 266). Não resistimos a notar semelhanças entre esta conduta e a do “leitor-escriptor” que cita e partilha muitos dos seus gostos nas redes sociais dos nossos dias, onde os murais são autênticos cadernos de lugares comuns.

⁹⁰ Curiosamente, segundo documenta Gina Rafael, este género potenciava a sociabilidade no seio da classe feminina do Portugal oitocentista “*O romance folhetim era um assunto de conversa diária entre as mulheres, que muitas vezes os cortavam e encadernavam juntos. Estes livros improvisados passavam de mão em mão femininas. (...) As mulheres que nunca tinham comprado um livro constituíam a sua própria biblioteca de textos cortados, cosidos juntos e frequentemente emprestados*” (RAFAEL, 2011b). Este sentido de completude, de junção de partes separadas a que alude Rafael, reconstrutor de um contexto, parece marcar uma diferença, pois está ausente das redes sociais. De qualquer forma, os fragmentos que nestas proliferam não devem ser totalmente desvalorizados, devendo-se compreender as suas vantagens – facilidade de difusão e resposta às necessidades dos utilizadores, tanto de escrita quanto de leitura – bem como as desvantagens, sendo a perda de contexto a mais óbvia. Mas até há quem não veja desvantagem alguma na circulação de fragmentos. John Naughton é explícito: “*a vida intelectual e o desenvolvimento cultural prosperam em ambientes nos quais é fácil abstrair, retirar excertos, tomar por empréstimo e remisturar conteúdo*” (NAUGHTON, 2012: 156), tudo acções que têm lugar no Facebook. A razão subjacente é estes comportamentos estimularem a interacção e a promiscuidade entre ideias, que geram em consequência uma produtividade acrescida.

CONCLUSÕES

A escrita, o texto, o livro, a leitura, os escritores e os próprios leitores têm uma história cuja marca é a mudança. E é uma mudança, uma mais no já longo caminho da palavra escrita, que estamos a viver hoje com a chegada e instalação do digital.

Ao contrário do que ainda alguns consideram, a Web, as redes sociais e o Facebook não vêm para eliminar a leitura. Na realidade, o cidadão comum com acesso a esses serviços passa a dispor de instrumentos através dos quais lê e escreve em quantidades consideráveis. Todavia, não eliminando a leitura, aparentam ter potencial para provocar-lhe umas quantas alterações. O Facebook, objecto principal do texto antecedente, pode e está a converter-se, mesmo no nosso país, numa eficiente plataforma de difusão e divulgação de livros e da leitura, mesmo entendidos no seu sentido mais tradicional, ou seja, associados ao impresso. Para além disto, pode ainda tornar-se num ponto axial de novas formas de leitura ou, falando com mais propriedade, re-actualizar formas antigas de ler, transportando-as para o cenário digital. Uma dessas formas reside, precisamente, na leitura social ou partilhada.

A posição do Facebook, quer num quer noutro caso, argumentou-se, com as teses de McKenzie – as formas produzem sentido – e Chartier como apoio, deriva das características desta plataforma. As formas que o texto assume no Facebook são determinantes para a compreensão e para o modo como é lido. O Facebook é, em primeiro lugar, uma plataforma digital, o que já interfere com a leitura, visto a leitura digital ter propriedades diferentes da leitura impressa. Depois, é uma plataforma digital que, graças às suas funcionalidades Web 2.0 (uma interpretação da Web que coloca a tónica na participação, na interacção e no conteúdo gerado pelos utilizadores), gera ainda mais efeitos na leitura. Poder comentar, partilhar ou mesmo fazer o mais anódino “Gosto” interferem com a leitura que os utilizadores possam fazer dos textos aí exibidos. Também a circunstância de muitas vezes os textos, nomeadamente os que são provenientes de sítios exteriores e partilhados no Facebook, circularem acompanhados de imagens se coloca como mais um factor capaz de influenciar a leitura. Os epitextos e os paratextos podem, em teoria, significar valor acrescentado ao texto original, e na prática significam mesmo. E tornam-no mais social, já que a interactividade e a partilha deixam em aberto um diálogo entre vários intervenientes e funcionando em múltiplos

sentidos e direcções. Críticas, opiniões, sugestões, notícias, tudo pode circular na plataforma e tudo pode ser alvo de interacção.

Qualquer conteúdo colocado no Facebook pode, assim, tornar-se viral, disseminar-se indefinidamente pelos utilizadores, fazendo assemelhar a plataforma a um imenso boca a boca virtual; na realidade, em muitos dos seus aspectos o Facebook é uma espécie de sucedâneo da oralidade, mas um sucedâneo onde é a escrita e a leitura que imperam. Este aspecto, já de si relevante, é-o ainda mais ao constatar-se que escrita e leitura podem ser levadas a quem correntemente delas se demite.

Problemas e desenvolvimentos futuros.

“Na idade da informação, a superabundância de dados dá origem a uma indiferença massiva” (SARACHAN, 2010: 54). Na era dos conteúdos gerados pelos utilizadores, essa superabundância pode ser tão perniciosa quanto a pobreza de informação. Comentários em excesso a um texto tendem a, mais do que beneficiar, perturbar a leitura, pois originam ruído, o qual aumenta se se verificar que muitos dos comentários são redundantes ou desinteressantes. O Facebook exhibe este risco, um risco que pode mesmo mitigar a interacção e a socialização mais construtivas.

O Facebook não exhibe alguns epitextos e paratextos que podem encontrar-se noutros serviços Web 2.0 e que também ajudam a orientar a leitura. Referimo-nos às opções de *tagging*, que no Facebook só é permitida sobre os utilizadores, não sobre os conteúdos, e de *rating*, diante da qual o “Gosto” não passa de uma aproximação pouco mais do que inócua. Além de orientarem a leitura, tais elementos, em particular o *tagging*, possibilitariam uma mais eficaz gestão da informação e dos conteúdos, aspecto nada negligenciável quando existe o risco de *information overload* e quando o Facebook, pela sua natureza, é um sítio onde a novidade e a imediatez são valorizadas, correndo-se o risco do desprezo por muita da informação passada. Mecanismos para procurar assuntos que fogem do *hic et nunc* são praticamente inexistentes, salvo navegar-se, nas páginas e nos perfis, pela data (esta opção está ausente dos grupos). A nova funcionalidade (inaugurada no primeiro trimestre de 2012) de permitir criar listas de interesses é uma ferramenta útil, uma vez que possibilita uma filtragem dos conteúdos (um utilizador que crie uma lista de *Editoras* ou de *Livros* pode lá colocar

subscrições que digam apenas respeito a estes assuntos), mas continua a ser pouco amigável navegar dentro da informação disponibilizada em cada lista.

Os utilizadores e as comunidades que eventualmente derivam da interacção entre aqueles também necessitam de uma correcta tipificação. Um levantamento exaustivo daquilo que lêem e partilham será fundamental para um melhor entendimento do papel que o Facebook pode ter na leitura de textos. Seria igualmente oportuno procurar aplicar o conceito de comunidades interpretativas desenvolvido por Stanley Fish, designando “*grupos de leitores que partilham estilos de leitura e estratégias de interpretação*” (SANTOS, 2009: 217) aos utilizadores do Facebook.

Um estudo exaustivo sobre a interferência que os receios de invasão da privacidade pode provocar nos utilizadores será igualmente algo a considerar. Se a ausência do anonimato é tida como um pormenor positivo da presença no Facebook, uma vez que tende a reduzir – mas não eliminar, como se verificou no exemplo da página de Margarida Rebelo Pinto – as ocorrências de *hate comment*, pelo simples motivo de poder associar-se uma pessoa real àquilo que ela diz na rede social, o reverso da medalha está em os utilizadores que temem ser observados ou partilhar dados mais pessoais com terceiros e desconhecidos poderem sentir-se constrangidos a participar e interagir neste género de plataformas, inviabilizando muita da socialização que aí pode ter lugar. Não deve ser esquecido, aliás, que tais temores ainda são uma das razões que impede a adesão de alguns indivíduos às redes sociais em geral e ao Facebook em particular.

Por fim, há que desenvolver formas mais eficazes de análise ao impacte do envolvimento dos utilizadores, que não assuma como tendo o mesmo valor as acções de Gostar, Comentar e Partilhar. Esses mecanismos, de natureza mais quantitativa, devem ser acompanhados de mecanismos de análise qualitativa, em especial no que aos comentários diz respeito, porque a subjectividade dos utilizadores provoca grandes diferenças, em termos de relevância, no teor dos comentários: se há comentários que realmente acrescentam algo ao texto inicial, valorizando-o, outros há que não o fazem de todo. Uma boa análise terá de levar este facto em conta, separando o trigo do joio.

Em suma, julgamos estarem reunidas todas as condições para que mais estudos se façam sobre este tema.

BIBLIOGRAFIA

ABBAS, June, AGOSTO, Denise E. (2011) – *What do public libraries really do with social networking? Profiles of five public libraries*. In AGOSTO, Denise E., ABBAS, June (ed.) – **Teens, libraries, and social networking: what librarians need to know**. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited. (Libraries Unlimited Professional Guides for Young Adult Librarians Series), pp. 1-12.

ADLER, Trip (2010) – *The future of reading and publishing is social*. [Em linha]. **Scribd**, 13/09/2010. [Consult. 22-11-2011]. Disponível em <URL: <http://pt.scribd.com/doc/37360086/The-Future-of-Reading-and-Publishing-is-Social>>.

AGOSTO, Denise E., ABBAS, June (2011) – *Introduction: teens, libraries, and online social networks: a new era for library services to young adults*. In AGOSTO, Denise E., ABBAS, June (ed.) – **Teens, libraries, and social networking: what librarians need to know**. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited. (Libraries Unlimited Professional Guides for Young Adult Librarians Series), pp. xv-xxiii.

AGOSTO, Denise E., VALENZA, Joyce Kasman, ABBAS, June (2011) – *Looking closely at teens' use of social networks: what do high school seniors do online?* In AGOSTO, Denise E., ABBAS, June (ed.) – **Teens, libraries, and social networking: what librarians need to know**. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited. (Libraries Unlimited Professional Guides for Young Adult Librarians Series), pp. 13-27.

ALVIM, Luísa (2011) – **As redes de comunicação nas bibliotecas: estudo sobre a utilização das tecnologias Web 2.0 nas estratégias de comunicação nas bibliotecas públicas e académicas portuguesas**. Dissertação apresentada para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Informação. Porto: Universidade Portucalense.

ASSOCIATED PRESS (2012) – *Prices of Facebook stock since long-awaited IPO*. [Em linha]. **Yahoo! Finance**, Sep 7, 2012. [Consult. 08-09-2012]. Disponível em <URL: <http://finance.yahoo.com/news/prices-facebook-stock-since-long-awaited-ipo-212925363--finance.html>>.

AYUSO, Rocío (2009) – *Palabra de Bradbury. Entrevista a Ray Bradbury*. **Babelia**, nº 922, 25.07.2009, pp. 4-6.

BABO, Maria Augusta (1993) – **A escrita do livro**. Lisboa: Vega. (Passagens; 14).

BARTRA, Roger (2011) – *El miedo a la prótesis*. **Letras Libres**, 07/10/2011. [Consult. 26-10-2011]. Disponível em <URL: <http://www.lettraslibres.com/revista/columnas/el-miedo-la-protesis>>.

BERLUCCHI, Matteo (2011) – *From commentary to conversation: the evolution of social reading*. [Em linha]. **Publishing Perspectives**, September 29, 2011. [Consult. 25-10-2011]. Disponível em <URL: <http://publishingperspectives.com/2011/09/evolution-of-social-reading/>>.

BLASSELLE, Bruno (1998) – **Histoire du livre. Volume II: le triomphe de l'édition**. Paris: Gallimard. (Découvertes Histoire; 363).

BLASSELLE, Bruno (1997) – **Historie du livre. Volume I: à pleines pages**. Paris: Gallimard. (Découvertes Histoire; 321).

BLOOM, Harold (2001) – **Como ler e porquê**. Trad. Clara Rowland. Lisboa: Editorial Caminho.

BOGOST, Ian (2010) – *Ian became a fan of Marshall McLuhan on Facebook and suggested you become a fan too*. In WITTKOWER, D. E. – **Facebook and philosophy: what's on your mind?** Chicago: Open Court Publishing. (Popular Culture and Philosophy; 50), pp. 21-32.

BOFFIL, C., MONTES, R., SOTO, H. (2012) – *Mario Vargas Llosa: “la política se ha banalizado y frivolidado”*. [Em linha]. **La Tercera**, 17 Marzo 2012, [Consult. 12-07-2012]. Disponível em <URL: <http://diario.latercera.com/2012/03/17/01/contenido/reportajes/25-103960-9-mario-vargas-llosa-la-politica-se-ha-banalizado-y-frivolizado.shtml>>

BONNET, Jacques (2010) – **Bibliotecas cheias de fantasmas**. Trad. José Mário Silva. Lisboa: Quetzal. (Textos Breves).

BOOK, Jason (2011) – *Top 20 Facebook apps for book lovers*. [Em linha]. **Galleycat**, April 24, 2011. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: http://www.mediabistro.com/galleycat/top-20-book-focused-facebook-apps_b28441>.

BOSMAN, Julie, RICHTEL, Matt (2012) – *Finding your book interrupted... by the tablet you read it on*. [Em linha]. **The New York Times**, March 4, 2012. [Consult. 12-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.nytimes.com/2012/03/05/business/media/e-books-on-tablets-fight-digital-distractions.html?pagewanted=all>>.

BOYD, Danah, ELLISON, Nicole (2007) – *Social network sites: definition, history and scholarship*. [Em linha]. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), article 11. [Consult. 23-07-2007]. Disponível em <URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>.

BRIGGLE, Adam (2010) – *Dear Facebook*. In WITTKOWER, D. E. – **Facebook and philosophy: what's on your mind?** Chicago: Open Court Publishing. (Popular Culture and Philosophy; 50), pp. 161-171.

BROWN, Patrick (2012) – *Anatomy of book discovery: a case study*. [Em linha]. **Goodreads**, June 14, 2012. [Consult. 14-06-2012]. Disponível em <URL: <http://www.goodreads.com/blog/show/372-anatomy-of-book-discovery-a-case-study>>.

BUCK, Stephanie (2012) – *The beginner's guide to Facebook*. [Em linha]. **Mashable**, May 16, 2012. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: <http://mashable.com/2012/05/16/facebook-for-beginners/>>.

BURKE, Peter (2012) – **A social history of knowledge II: from the Encyclopédie to Wikipedia**. Cambridge: Polity Press.

CARDOSO, Gustavo, GANITO, Carla, FERREIRA, Cátia (2012) – *Digital reading: the transformation of reading practices*. [Em linha]. **ELPUB 2012**, 14-15 June 2012. [Consult. 18-06-2012]. Disponível em <URL: http://elpub.scix.net/cgi-bin/works/Show?_id=112_elpub2012&sort=DEFAULT&search=carlos%20cardoso&hits=17>.

CARR, Nicholas (2008) – *Is Google making us stupid?* [Em linha]. **The Atlantic**, July/August 2008. [Consult. 30-01-2012]. Disponível em <URL:

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>>.

CARR, Nicholas (2006) – *Sharecropping the long tail*. [Em linha]. **Rough Type**, December 19, 2006. [Consult. 31-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.roughtype.com/?p=634>>.

CARTER, Rita (prod. e apres.) (2009) – **Why reading matters**. London: BBC Four (60 min.).

CASTELLS, Manuel (2004) – **A galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade**. Trad. Rita Espanha, coord. José Manuel Paquete de Oliveira, Gustavo Leitão Cardoso. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (Manuais Universitários).

CASTILLO GÓMEZ, Antonio (2004) – **Das tabuinhas ao hipertexto : uma viagem na história da cultura escrita**. Trad. Manuela D. Domingos. Lisboa: Biblioteca Nacional.

CELAYA, Javier (2012) – *Reaprender a ler y escribir en la era digital*. [Em linha]. **El País**, 16 Jul 2012. [Consult. 20-07-2012]. Disponível em <URL: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/16/vidayartes/1342470400_086502.html>.

CHANDLER, Daniel (1995) – **Technological or media determinism**. [Em linha]. [Consult. 03-02-2012]. Disponível em <URL: <http://users.aber.ac.uk/dgc/Documents/tecdet/tecdet.html>>

CHARTIER, Roger (2005) – *Lecture. Histoire de la lecture*. In FOUCHÉ, Pascal, PÉCHOIN, Daniel, SCHUWER, Philippe (dirs.) – **Dictionnaire encyclopédique du livre, E-M**. Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, pp. 707-709.

CHARTIER, Roger (2004) – *A “nova” história cultural existe?* **Cultura: revista de história e teoria das ideias**, v. XVIII, 2ª série, pp. 9-22.

CHARTIER, Roger (1999) – *As revoluções da leitura no Ocidente*. In ABREU, Márcia (org.). **Leitura, história e história da leitura**. Campinas/São Paulo: Mercado de Letras/Associação de Leitura do Brasil/FAPESP, pp. 19-31.

CHARTIER, Roger (1997) – **A ordem dos livros**. Trad. Leonor Graça. Lisboa: Vega. (Passagens; 26).

CHIVERS, Tom (2012) – *Jonathan Franzen is an extraordinary novelist. But he's wrong about e-books*. [Em linha]. **The Telegraph**, Jan 30th, 2012. [Consult. 09-02-2012]. Disponível em <URL: <http://blogs.telegraph.co.uk/news/tomchiversscience/100133519/jonathan-franzen-is-an-extraordinary-novelist-but-hes-wrong-about-e-books/>>.

COLLERA, Virginia (2012) – *El futuro de la lectura*. [Em linha]. **El País**, 15 Sep 2012. [Consult. 17-09-2012]. Disponível em <URL: http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/12/actualidad/1347445405_451371.html>.

CONSTINE, Josh (2012) – *Facebook's amended S-1: 901 million users, 500M mobile, paid \$300M cash + 23M shares for Instagram*. [Em linha]. **Techcrunch**, April 23, 2012. [Consult. 05-05-2012]. Disponível em <URL: <http://techcrunch.com/2012/04/23/facebook-s-1-500-million-mobile-users-paid-300m-cash-23-million-shares-for-instagram/>>.

COPELAND, Dave (2012a) – *Is social media as dangerous as the telephone?* [Em linha]. **ReadWriteWeb**, May 22, 2012. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.readwriteweb.com/archives/is-social-media-as-dangerous-as-the-telephone.php>>.

COPELAND, Dave (2012b) – *No, we're not in a social media bubble*. [Em linha]. **ReadWriteWeb**, May 8, 2012. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: http://www.readwriteweb.com/archives/no_were_not_in_a_social_media_bubble.php>.

COPELAND, Dave (2012c) – *Is Facebook 2012 the same as AOL 2001?* [Em linha]. **ReadWriteWeb**, May 8, 2012. [Consult. 28-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.readwriteweb.com/archives/is-facebook-2012-the-same-as-aol-2001.php>>.

COPELAND, Dave (2012d) – *Facebook tops 900 million users, but penetration rate slows*. [Em linha]. **ReadWriteWeb**, April 23, 2012. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: http://www.readwriteweb.com/archives/facebook_tops_900_million_users_but_penetration_ra.php>.

COUTINHO, Isabel (2012) – *Jennifer Egan publica conto no Twitter*. [Em linha]. **Público**, 25.05.2012. [Consult. 25-05-2012]. Disponível em <URL: <http://publico.pt/Cultura/jennifer-egan-publica-conto-no-twitter--1547675>>.

COUTINHO, Isabel (2011a) – *A biblioteca da Amazon*. [Em linha]. **Ciberescritas**, 23 Nov. 2011 [Consult. 25-11-2011]. Disponível em <URL: <http://blogues.publico.pt/ciberescritas/2011/11/23/a-biblioteca-da-amazon/>>.

COUTINHO, Isabel (2011b) – *As comunidades de leitores*. [Em linha]. **Ciberescritas**, 5 Set. 2011. [Consult. 08-09-2011]. Disponível em <URL: <http://blogues.publico.pt/ciberescritas/2011/09/05/as-comunidades-de-leitores/>>.

DAHLSTRÖM, Mats (2009) – *The compleat edition*. In DEEGAN, Marilyn, SUTHERLAND, Kathryn (eds.) – **Text editing, print and the digital world**. Farnham: Ashgate. (Digital Research in the Arts and Humanities; 13), pp. 27-44.

DARNTON, Robert (2009) – **The case for books: past, present and future**. New York: Public Affairs.

Decalogo para una correcta lectura electronica (2012) [Em linha] – **ABC**, 20/04/2012. [Consult. 28-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.abc.es/20120420/familia-padres-hijos/abci-vista-201204201016.html>>.

DEHAENE, Stanislas (2010) – **Reading in the brain: the new science of how we read**. New York: Penguin.

DESBENOIT, Sébastien (2012a) – *Reprenons à zéro: Internet, Web, Web 2.0, Web social*. [Em linha]. **Internet & moi.fr**, 3 mai 2012 [Consult. 05-05-2012]. Disponível em <URL: <http://internetetmoi.fr/blog/reprenons-a-zero-internet-web-web-2-0-web-social/>>.

DESBENOIT, Sébastien (2012b) – *L'effet diligence*. [Em linha]. **Internet & moi.fr**, 2 mars 2012 [Consult. 02-03-2012]. Disponível em <URL: <http://internetetmoi.fr/blog/leffet-diligence/>>.

DOBRESCU, Loretta I., LUCA, Michael, MOTTA, Alberto (2012) – *What makes a critic tick? Connectec authors and the determinants of book reviews*. [Em

linha]. **Harvard Business School**. Working paper 12-080, March 23, 2012. [Consult. 22-06-2012]. Disponível em <URL: <http://www.hbs.edu/research/pdf/12-080.pdf>>.

El creador del concepto “Web 2.0” asegura que a pesar de su éxito “está obsoleto” (2011) [Em linha] – **El Mundo.es**, 22/11/2011. [Consult. 23-11-2011]. Disponível em <URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/11/22/navegante/1321978250.html>>.

ELER, Alicia (2012) – *How language shapes the culture of Facebook*. [Em linha]. **ReadWriteWeb**, March 15, 2012. [Consult. 16-03-2012]. Disponível em http://www.readriteweb.com/archives/the_language_of_facebook_qa_with_head_of_content_s.php>.

ERTZSCHEID, Olivier (2011a) – *Extension du domaine de la statusphère*. [Em linha]. **Affordance.info**, 01 déc 2011. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2011/12/extension-du-domaine-de-la-statusphere.html>.

ERTZSCHEID, Olivier (2011b) – *Les 5 moments de l’écriture en réseau: les moteurs comme scripteurs*. [Em linha]. **Affordance.info**, 22 fév 2011. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2011/02/les-5-moments-ecriture-web-reseau.html>.

ERTZSCHEID, Olivier (2007) – *Le Web implicite*. [Em linha]. **Affordance.info**, 26 juin 2007. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2007/06/le-web-implicit.html>.

FAERMAN, Juan (2011) – **Faceboom. Facebook, o novo fenómeno de massas**. Trad. Gonçalo Mira. Matosinhos: Quid Novi.

FARIA, Maria Isabel, PERICÃO, Maria da Graça (2008) – **Dicionário do livro: da escrita ao livro electrónico**. Coimbra: Almedina.

FAVA, Andrea (2011) – **Ebook, qualcosa è cambiato: scenari, trasformazioni e sviluppi dei libri digitali**. Bologna: Baskerville. (Biblioteca di Scienze della Comunicazione, 27).

FELICI, James (2012) – *The state of e-book typography*. [Em linha]. **CreativePro.com**, April 4, 2012. [Consult. 12-04-2012]. Disponível em <URL: <http://www.creativepro.com/article/state-e-book-typography>>.

FERENSTEIN, Gregory (2012) – *Amazon killed the book reviewer star*. [Em linha]. **Techcrunch**. May 15, 2012. [Consult. 22-06-2012]. Disponível em <URL: <http://techcrunch.com/2012/05/15/amazon-killed-the-book-reviewer-star/http://techcrunch.com/2012/05/15/amazon-killed-the-book-reviewer-star/>>.

FISCHER, Steven Roger (2004) – **A history of reading**. London: Reaktion Books. (Globalities).

FLORINDO, Catarina (2012) – **O álbum narrativo de potencial recepção infantil: uma outra forma de edição**. Trabalho de projecto de Mestrado em Edição de Texto, sob orientação do Prof. Dr. João Luís Lisboa. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

FRAGUAS, Antonio (2012) – *Usted ya no lee ni escribe como antes*. [Em linha]. **El País**, 17 Jul 2012. [Consult. 17-07-2012]. Disponível em <URL: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/16/vidayartes/1342469862_997252.html>.

FREITAS, Manuel de (2009) – *Quer editar um livro? Pergunte-me como*. [Em linha]. **Booksmile**, 07/Julho/2009. [Consult. 13-08-2012]. Disponível em <URL: <http://blogue.booksmile.pt/2009/07/quer-editar-um-livro-pergunte-me-como/>>.

FREY, Thomas (2012) – *Future libraries and 17 forms of information replacing books*. [Em linha]. **FuturistSpeaker.com**, March 2, 2012. [Consult. 16-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.futuristspeaker.com/2012/03/future-libraries-and-the-17-forms-of-information-replacing-books/>>.

FURTADO, José Afonso (2011) – *Chegámos ao mundo em que todos podemos ser autores*. [Em linha]. **Fundação Francisco Manuel dos Santos**, 29 Nov 2011. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.ffms.pt/evento/280/chegamos-ao-mundo-em-que-todos-podemos-ser-autores>>.

FURTADO, José Afonso (2007) – **O papel e o pixel: do impresso ao digital: continuidades e transformações**. Lisboa, Ariadne.

FURTADO, José Afonso (2000) – **Os livros e as leituras: novas ecologias da informação**. Lisboa: Livros e Leituras.

FURTADO, José Afonso (1995) – **O livro**. Lisboa: Difusão Cultural. (O Que É; 17).

GROSSMAN, Lev (2011) – *From scroll to screen*. [Em linha]. **The New York Times**, 2 September 2011. [Consult. 28-11-2011]. Disponível em <URL: <http://www.nytimes.com/2011/09/04/books/review/the-mechanic-muse-from-scroll-to-screen.html>>.

GUNTHER, André (2011) – *La révolution des consommateurs*. [Em linha]. **Culture visuelle**, 18 décembre 2011. [Consult. 16-03-2012]. Disponível em <URL: <http://culturevisuelle.org/icones/2254>>.

HARKAWAY, Nick (2012) – *Amazon aren't destroying publishing, they're reshaping it*. [Em linha]. **The Guardian**, 26 April 2012. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.guardian.co.uk/books/2012/apr/26/amazon-publishing-destroying>>.

HILBUN, Janet (2011) – *Using social networking sites to connect teens with young adult literature*. In AGOSTO, Denise E., ABBAS, June (ed.) – **Teens, libraries, and social networking: what librarians need to know**. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited. (Libraries Unlimited Professional Guides for Young Adult Librarians Series), pp. 97-113.

INGRAM, Mathew (2012) – *Do authors have to be social? No, but it helps*. [Em linha]. **GigaOM**, Jan 6, 2012. [Consult. 25-01-2012]. Disponível em <URL: <http://gigaom.com/2012/01/06/do-authors-have-to-be-social-no-but-it-helps/>>.

IVETT, Claire Schultz (2012) – *Print v. digital or print + digital?* [Em linha]. **Appazoogole**, May 30, 2012. [Consult. 18-07-2012]. Disponível em <URL: <http://appazoogole.com/2012/05/30/print-v-digital-or-print-digital/>>.

JOSHI, Kent, RUTLEDGE, Patrice-Anne (2011) – **Using Facebook**. Indianapolis: QUE.

JUÁREZ, Verónica (2011) – *Para una vida de lectura, una lectura más social?* [Em linha]. **Uvejota**, 07 sep 2011. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: <http://uvejota.com/articles/436/para-una-vida-de-lectura-una-lectura-mas-social>>.

La cultura aprovecha la red: lanzan la primera red social de escritores (2012) [Em linha] – **iProfesional.com**, 14 de mayo de 2012. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: <http://lifestyle.iprofesional.com/notas/136615-La-cultura-aprovecha-la-red-lanzan-la-primera-red-social-de-escritores>>.

LAIRD, Sam (2012) – *Facebook will disappear by 2020, says analyst*. [Em linha]. **Mashable**, June 4, 2012. [Consult. 08-06-2012]. Disponível em <URL: <http://mashable.com/2012/06/04/analyst-facebook-disappear/>>.

LANÇA, Marta (2003) – *Os caminhos do livro, parte 1*. **Ler** 61, Inverno 2003/04, pp. 74-83.

LEITÃO, Paulo (2009) – *Livros, leituras e redes sociais*. In CALIXTO, José António – **Bibliotecas para a vida II: bibliotecas e leituras**. Lisboa: Edições Colibri/CIDEHUS-UE/Biblioteca Pública de Évora, pp. 437-460.

LISBOA, João Luís (2005) – *Ver e ler*. **Cultura: revista de história e teoria das ideias**, v. XXI, 2ª série, pp. 7-12.

LISBOA, João Luís (1997) – *Ao leitor*. **Cultura: revista de história e teoria das ideias**, v. IX, 2ª série, pp. 9-13.

K, Sarah (2011) – *Facebook bring live book reading to worldwide audience*. [Em linha]. **Pluggedin**, 26/10/2011. [Consult. 27-10-2011]. Disponível em <URL: <http://www.pluggedin.co.uk/article/facebook-bring-live-book-reading-to-worldwide-audience>>.

KAPLAN, Frédéric (2012) – **Développer la lecture sociale en bibliothèque**. [Em linha]. [Consult. 05-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.slideshare.net/frederickaplan/dvelopper-la-lecture-sociale-en-bibliothque>>.

KEEGAN, Victor (2010) - *The digital reading revolution*. [Em linha]. **The Guardian**, 14 October 2010. [Consult. 20-07-2012]. Disponível em <URL:

<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/oct/14/digital-reading-ebook-kindle-ipad>>.

KIRKPATRICK, David (2010) – **The Facebook effect: the inside story of the company that is connecting the world**. [s.l.]: Virgin Books.

KORSUKÉWITZ, Sabine, PAPALEO, Cristina (2011) – *La revolución del e-book convierte al lector en crítico literário*. [Em linha]. **DW**, 01.10.2011. [Consult. 22-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.dw.de/dw/article/0,,15427065,00.html>>.

KOSTICK, Anne (2011) – *Digital reading: are we experienced?* [Em linha]. **Digital Book World**, Jan 13, 2011. [Consult. 19-06-2012]. Disponível em <URL: <http://www.digitalbookworld.com/2011/digital-reading-are-we-experienced/>>.

LEE, Kangdom (2012) – *Learning through Web 2.0 social technologies*. [Em linha]. **Scribd**, March 2012. [Consult. 18-04-2012]. Disponível em <URL: <http://pt.scribd.com/doc/83445888/Learning-Through-Web-2-0-Social-Technologies>>.

MACMANUS, Richard (2012) – *Tracking your interests on Facebook: how it compares to Twitter & Google+*. [Em linha]. **ReadWriteWeb**, May 2, 2012. [Consult. 25-06-2012]. Disponível em <URL: <http://www.readriteweb.com/archives/tracking-your-interests-on-facebook-how-it-compares-to-twitter-google.php>>.

MAJFUD, Jorge (2012) – *La generación post Facebook*. [Em linha]. **Escritos críticos**, 29 julio, 2012. [Consult. 09-08-2012]. Disponível em <URL: <http://majfud.org/2012/07/29/democracia-directa-y-generacion-post-facebook/>>.

MANGUEL, Alberto (2011) – **A cidade das palavras**. Trad. Maria de Fátima Carmo. Lisboa: Gradiva. (Trajectos; 87).

MANGUEL, Alberto (1999) – **Uma história da leitura**. 2ª ed. Trad. Ana Saldanha. Lisboa: Editorial Presença. (Biblioteca do Século; 10).

MARINUCCI, Mimi (2010) – *You can't front on Facebook*. In WITTKOWER, D. E. – **Facebook and philosophy: what's on your mind?** Chicago: Open Court Publishing. (Popular Culture and Philosophy; 50), pp. 65-74.

MARTINS, Jorge M. (1999) – **Marketing do livro: materiais para uma sociologia do editor português**. Oeiras: Celta Editora.

MASNICK, Mike (2012) – *Ebook sales of Harry Potter lead to increased physical sales as well*. [Em linha]. **Techdirt**, May 7th 2012. [Consult. 28-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.techdirt.com/articles/20120507/04142118804/ebook-sales-harry-potter-lead-to-increased-physical-sales-as-well.shtml>>.

MCKENZIE, D. F. (1999) – **Bibliography and the sociology of texts**. Cambridge: Cambridge University Press.

MIEDEMA, John (2012) – “*Reading in the brain*” by Dehaene – *still waiting for the digital codex*. [Em linha]. **Reader response**, Jan 24, 2012. [Consult. 25-01-2012]. Disponível em <URL: <http://bookreviews.johnmiedema.ca/reading-in-the-brain-by-dehaene-still-waiting-for-the-digital-codex/>>.

MIEDEMA, John (2011) – Sentimentality and the book: sometimes we cathect on things for reasons we cannot say. [Em linha]. **I, Reader**, 2011-10-32. [Consult. 03-11-2011]. Disponível em <URL: <http://ireader.johnmiedema.ca/sentimentality-and-the-book-sometimes-we-cathect-on-things-for-reasons-we-cannot-say/>>.

MINHOTO, Paula, MEIRINHOS, Manuel (2011) – *Potencialidades do Facebook na promoção da aprendizagem colaborativa – um estudo na Biologia do 12º ano*. [Em linha]. **Educação, formação & tecnologias**, 4 (2). [Consult. 04-05-2012]. Disponível em <URL: <http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/viewFile/227/143>>.

MOLLET, Richard (2012) – *The digital world has invigorated publishing, not doomed it*. [Em linha]. **The Guardian**, 26 April 2012. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/apr/26/digital-world-publishing-industry>>.

MUÑOZ, Cristina (2012) – *Luis Zueco: “las redes sociales son clave para los jóvenes escritores”*. [Em linha]. **Arte joven**, 28 mayo 2012. [Consult. 31-05-2012]. Disponível em <URL: <http://creacionjoven.com/creatividad/luis-zueco-las-redes-sociales-son-clave-para-los-jovenes-escritores/>>.

NAUGHTON, John (2012) – **From Gutenberg to Zuckerberg: what you really need to know about the Internet**. London: Quercus.

NAUGHTON, John (2011) – *The death of Web 2.0 is nigh...* [Em linha]. **The Guardian**, 7 August 2011. [Consult. 02-04-2012]. Disponível em <URL: <http://www.guardian.co.uk/technology/2011/aug/07/web-2-platform-end-naughton>>.

NAWOTKA, Edward (2012) – *Do you absolutely need social media to sell books?* [Em linha]. **Publishing Perspectives**, August 21, 2012. [Consult. 23-08-2012]. Disponível em <URL: <http://publishingperspectives.com/2012/08/do-you-absolutely-need-social-media-to-sell-books/>>.

O'REILLY, Tim (2006) – *Link list: Reading 2.0*. [Em linha]. **O'Reilly Radar**, 03.16.06. [Consult. 27-10-2011]. Disponível em <URL: <http://radar.oreilly.com/2006/03/link-list-reading-20.html>>.

O'REILLY, Tim (2005a) – *Web 2.0: compact definition?* [Em linha]. **O'Reilly Radar**, October 1, 2005. [Consult. 03-09-2012]. Disponível em <URL: <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>>.

O'REILLY, Tim (2005b) – *What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. [Em linha]. **O'Reilly Media**, 09/30/2005. [Consult. 03-09-2012]. Disponível em <URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>.

PARKS, Tim (2012) – *E-books can't burn*. [Em linha]. **The New York Review of Books**, 15 Fev. 2012. [Consult. 07-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.nybooks.com/blogs/nyrblog/2012/feb/15/ebooks-cant-burn/>>.

PATRÍCIO, Maria Raquel, GONÇALVES, Vítor (2010) – *Facebook: rede social educativa?* In **Encontro Internacional TIC e Educação**, 1, pp. 593-598.

PATRICK, Bethanne (2011) – *What is social reading?* [Em linha]. **Book Riot**, October 18, 2011. [Consult. 18-11-2011]. Disponível em <URL: <http://bookriot.com/2011/10/18/what-is-social-reading/>>.

PEREIRA, Henrique Garcia (2002) – **Apologia do hipertexto na deriva do texto**. Algés: Difel.

PEREIRA, João Pedro (2012) – *Sites sociais afundam em bolsa e fazem lembrar bolha tecnológica*. [Em linha]. **Público**, 28.07.2012. [Consult. 30-07-2012]. Disponível

em <URL: <http://www.publico.pt/Tecnologia/sites-sociais-afundam-em-bolsa-e-fazem-lembra-bolha-tecnologica-1556743>>.

PETERSEN, Charles (2010) – *In the world of Facebook*. [Em linha]. **The New York Review of Books**, February 25, 2010. [Consult. 23-01-2012]. Disponível em <URL: <http://www.nybooks.com/articles/archives/2010/feb/25/in-the-world-of-facebook/?pagination=false>>.

PILKINGTON, Mercy (2012) – *Digital technology revives our need for reading*. [Em linha]. **Good E-reader**, 1 Jan 2012. [Consult. 08-02-2012]. Disponível em <URL: <http://goodereader.com/blog/electronic-readers/digital-technology-revives-our-need-for-reading/>>.

PINHEIRO, Carlos (2011) – *Dicionário do ebook*. [Em linha]. **Ler ebooks**, 06-12-2011. [Consult. 04-01-2012]. Disponível em <URL: <http://lerebooks.wordpress.com/2011/12/06/ebook-gratuito-dicionario-do-ebook/>>.

PLATÃO (1994) – **Fedro ou da beleza**. 5ª ed. Trad. e notas Pinharanda Gomes. Lisboa: Guimarães Editores. (Filosofia & Ensaios).

POIRIER, Camille (2012) – *Du papier au numérique, quand le livre crée des liens*. [Em linha]. **L'Express.fr**, 21-08-2012. [Consult. 23-08-2012]. Disponível em <URL: http://www.lexpress.fr/culture/livre/du-papier-au-numerique-quand-le-livre-cree-des-liens_1150928.html>.

POUILLY, Tommy – *Ebook versus papier: la fin d'une polemique?* [Em linha]. **Regards sur le numérique**, 06-03-2012. [Consult. 07-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.rslnmag.fr/post/2012/03/06/Ebook-versus-papier-la-fin-dune-polemique-.aspx>>.

RADFORD, Ceri (2012) – *How Twitter is changing the literary world*. [Em linha]. **The Telegraph**, 12 Mar 2012. [Consult. 12-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/9137910/How-Twitter-is-changing-the-literary-world.html>>.

RAFAEL, Gina Guedes (2011a) – *O acesso à leitura feminina e o papel de alguma imprensa no século XIX em Portugal*. **Páginas a&b**, 8, série 2, pp. 7-18.

RAFAEL, Gina Guedes (2011b) – **A leitura feminina na segunda metade do século XIX em Portugal: testemunhos e problemas**. Trabalho de projecto de Mestrado em Edição de Texto, sob orientação do Prof. Dr. João Luís Lisboa. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

RAPACKI, Sean (2011) – *How social networking sites aid in teen development*. In AGOSTO, Denise E., ABBAS, June (ed.) – **Teens, libraries, and social networking: what librarians need to know**. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited. (Libraries Unlimited Professional Guides for Young Adult Librarians Series), pp. 29-37.

REZAB, Jan (2012) – *What are the most important social marketing metrics?* [Em linha]. **SocialBakers.com**. [Consult. 22-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.socialbakers.com/blog/600-what-are-the-most-important-social-marketing-metrics>>.

RITHOLTZ, Barry (2012) – *Less than meets the eye at Facebook*. [Em linha]. **The Washington Post**, 11 February 2012. [Consult. 13-02-2012]. Disponível em <URL: http://www.washingtonpost.com/business/less-than-meets-the-eye-at-facebook/2012/02/09/gIQA7RtF7Q_story.html>.

ROFFO, Julieta (2012) – *Los lectores que vienen: textos mínimos, vídeos y interactividad*. [Em linha]. **Clarín.com**, 25/04/2012. [Consult. 30-05-2012]. Disponível em <URL: http://www.clarin.com/sociedad/lectores-textos-minimos-videos-interactividad_0_688731227.html>.

ROSENBLATT, Bill (2011) – *Will there ever be a universal, mp3-like standard for e-books?* [Em linha]. **PaidContent**, Dec 22, 2011. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: <http://paidcontent.org/2011/12/22/419-will-there-ever-be-a-universal-mp3-like-standard-for-e-books/>>.

SANTOS, Tiago (2009) – *Os leitores do Cavaleiro Andante. Memórias da banda desenhada nas décadas de 50 e 60 do século XX português*. , pp. 217-240. In BRASÃO, Inês, et al. **Comunidades de leitura: cinco estudos de sociologia da cultura**. Lisboa: Edições Colibri.

SARACHAN, Jeremy (2010) – *Profile picture, right here, right now*. In WITTKOWER, D. E. – **Facebook and philosophy: what's on your mind?** Chicago: Open Court Publishing. (Popular Culture and Philosophy; 50), pp. 51-64.

SARTRE, Jean-Paul (2002) – **Qu'est-ce que la littérature?** Paris: Gallimard. (Folio Essais; 19).

SCHAEFER, Louisa (2010) – *First Facebook novel blurs the line between author and reader*. [Em linha]. **DW**, 16.07.2010. [Consult. 12-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.dw.de/dw/article/0,,5797638,00.html>>.

SCHLUEP, Chris (2012) – *George RR Martin answers Facebook questions*. [Em linha]. **Omnivoracious**, April 19, 2012. [Consult. 18-06-2012]. Disponível em <URL: <http://www.omnivoracious.com/2012/04/a-while-back-george-rr-martin-came-to-amazon-to-talk-to-a-large-crowd-of-worshipful-amazonians-yes-we-call-ourselves-am.html>>.

SEGURA, Jonathan (2012) – *No more e-books vs. print books arguments, ok?* [Em linha]. **NPR**, Jan 31, 2012. [Consult. 20-02-2012]. Disponível em <URL: <http://www.npr.org/blogs/monkeysee/2012/01/31/146140663/no-more-e-books-vs-print-books-arguments-ok>>.

SENIOR, Antonia – *The Kindle's achilles heel is hard to find*. [Em linha]. **The Guardian**, 3 June 2012. [Consult. 23-07-2012]. Disponível em <URL: <http://www.guardian.co.uk/technology/2012/jun/03/kindle-achilles-heel-amazon>>.

SHANKLAND, Stephen (2011) – *Social networking's salad days are ending, Forrester says*. [Em linha]. **CNET**, December 8, 2011. [Consult. 23-01-2012]. Disponível em <URL: http://news.cnet.com/8301-30685_3-57339165-264/social-networkings-salad-days-are-ending-forrester-says/>.

SINGH, Anita (2012) – *Jonathan Franzen: e-books are damaging society*. [Em linha]. **The Telegraph**, 29 Jan 2012. [Consult. 30-01-2012]. Disponível em <URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/hay-festival/9047981/Jonathan-Franzen-e-books-are-damaging-society.html>>.

SLOTNISKY, Débora (2012) – *Como Internet está cambiando la forma en que funciona el cerebro humano*. [Em linha]. **Lanacion.com**, 5 de mayo 2012. [Consult. 18-

05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.lanacion.com.ar/1470127-como-internet-%20esta-cambiando-la-forma-en-que-funciona-el-cerebro-humano>>.

SOCCAVALLO, Lorenzo (2012b) – *L'important n'est pas l'édition numérique*. [Em linha]. **P.L.E. Consulting**, 25 janvier 2012. [Consult. 25-01-2012]. Disponível em <URL: <http://ple-consulting.blogspot.pt/2012/01/limportant-nest-pas-ledition-numerique.html>>.

SOCCAVALLO, Lorenzo (2011) – **De la bibliothèque à la bibliosphère: les impacts du livre numérique dans le monde des bibliothèques**. Andrézieux-Bouthéon: Morey Editions.

SUTHERLAND, Kathryn (2009) – *Being critical: paper-based editing and the digital environment*. In DEEGAN, Marilyn, SUTHERLAND, Kathryn (eds.) – **Text editing, print and the digital world**. Farnham: Ashgate. (Digital Research in the Arts and Humanities; 13), pp. 13-25.

TAYLOR, Chris (2012) – *Your new Facebook status: 63206 characters or less*. [Em linha]. **Mashable**, November 30, 2011. [Consult. 11-07-2012]. Disponível em <URL: <http://mashable.com/2011/11/30/facebook-status-63206-characters/>>.

TERDIMAN, Daniel (2005) – *Study: Wikipedia as accurate as Britannica*. [Em linha]. **CNET**, December 15, 2005. [Consult. 22-06-2012]. Disponível em <URL: http://news.cnet.com/2100-1038_3-5997332.html>.

Twitter y Facebook: nuevas herramientas de difusión editorial (2011) [Em linha] – **Justa, lectura y conversación**, 28 Abril 2011. [Consult. 18-01-2012]. Disponível em <URL: <http://www.justa.com.mx/?p=29671>>.

UKOLN (2009a) – **Facebook: opportunities and challenges**. [Em linha]. Last revised 07-Apr-2009. [Consult. 30-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.ukoln.ac.uk/cultural-heritage/documents/briefing-14/html/>>.

UKOLN (2009b) – **An introduction to social networks**. [Em linha]. Last revised 07-Apr-2009. [Consult. 30-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.ukoln.ac.uk/cultural-heritage/documents/briefing-13/html/>>.

UKOLN (2009c) – **An introduction to Web 2.0**. [Em linha]. Last revised 07-Apr-2009. [Consult. 30-03-2012]. Disponível em <URL: <http://www.ukoln.ac.uk/cultural-heritage/documents/briefing-1/html/>>.

VANDENDORPE, Christian (1999) – **Du papyrus à l’hypertexte: essai sur les mutations du texte et de la lecture**. Montréal: Boréal.

VANDERBILT, Tom (2012) – *The call of the future*. [Em linha]. **The Wilson Quarterly**. Spring 2012. [Consult. 24-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.wilsonquarterly.com/article.cfm?AID=2140>>.

VIDAL, Nicolas (2012) – *Olivier Larizza: le livre numérique creuse la tombe d’un certain type de lecture* [Em linha]. **BSCNEWS.FR**, 5 Juin 2012. [Consult. 05-06-2012]. Disponível em <URL: <http://bscnews.fr/201206052273/Franc-Tireur/olivier-larizza.html>>.

VIEIRA, Rui Pedro (2012) – *Hugo Mãe: “sinto-me decapitado pela minha editora”*. [Em linha]. **Correio da Manhã**, 17 Agosto 2012. [Consult. 17-08-2012]. Disponível em <URL: <http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/cultura/hugo-mae-sinto-me-decapitado-pela-minha-editora>>.

WIKERT, Joe (2012) – *Social reading is coming. Deal with it*. [Em linha]. **Joe Wikert’s Publishing 2020 Blog**, June 4, 2012. [Consult. 08-09-2012]. Disponível em <URL: http://jwikert.typepad.com/the_average_joe/2012/06/social-reading-is-coming-deal-with-it.html>.

WIKIPEDIA (2012) – **Scribd**. [Em linha]. Last modified 01 september 2012. [Consult. 02-09-2012]. Disponível em <URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scribd>>.

WITCHALLS, Clint (2010) – *Jaron Lanier: “Web 2.0 is utterly pathetic”*. [Em linha]. **The Independent**, 10 February 2010. [Consult. 29-05-2012]. Disponível em <URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/features/jaron-lanier-web-20-is-utterly-pathetic-1894257.html>>.

WITTKOWER, D. E. (2010) – *A reply to Facebook critics*. In WITTKOWER, D. E. – **Facebook and philosophy: what’s on your mind?** Chicago: Open Court Publishing. (Popular Culture and Philosophy; 50), pp. xxi-xxx.

WOLTON, Dominique (2000) – **E depois da Internet? Para uma teoria crítica dos novos média**. Trad. Rui Miguel Carvalhinho Branco. Algés: Difel. (Documento e Ensaio).

LISTA DE SÍTIOS MENCIONADOS E RESPECTIVOS ENDEREÇOS

Facebook: Disponível em <URL: www.facebook.com>.

Twitter: Disponível em <URL: www.twitter.com>.

Google: Disponível em <URL: www.google.com>.

Alexa: Disponível em <URL: www.alexa.com>.

Social Bakers: Disponível em <URL: <http://www.socialbakers.com/>>.

LibraryThing: Disponível em <URL: <http://www.librarything.com/>>.

Shelfari: Disponível em <URL: <http://www.shelfari.com/>>.

Goodreads: Disponível em <URL: <http://www.goodreads.com/>>.

Viva Biblioteca Viva: Disponível em <URL: <http://vivabibliotecaviva.blogspot.pt/>>.

MySpace: Disponível em <URL: <http://www.myspace.com/>>.

Youtube: Disponível em <URL: <http://www.youtube.com/>>.

Flickr: Disponível em <URL: <http://www.flickr.com/>>.

Delicious: Disponível em <URL: <http://delicious.com/>>.

LinkedIn: Disponível em <URL: <http://www.linkedin.com/>>.

Second Life: Disponível em <URL: <http://secondlife.com/>>.

World of Warcraft: Disponível em <URL: <http://us.battle.net/wow/pt/>>.

Scribd: Disponível em <URL: <http://pt.scribd.com/>>.

Issuu: Disponível em <URL: www.issuu.com>.

Club Dante: Disponível em <URL: www.clubdante.net>.

Skoob: Disponível em <URL: <http://www.skoob.com.br/>>.

Páginas e Perfis no Facebook:

The New York Review of Books: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/nybooks?ref=ts>>.

London Review of Books: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/LondonReviewOfBooks?ref=ts>>.

Ler: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/Revista-LER/116621318351011?ref=ts>>.

Publishing Perspectives: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pubperspectives?ref=ts>>.

Booktailors: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/booktailors.consultoreseditoriais?ref=ts>>.

Clube da Leitura: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/Clubedaleitura/106715042715451>>.

Sítio do Livro: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/sitiodolivro?ref=ts>>.

El Placer de la Lectura: Disponível em <URL : <https://www.facebook.com/pages/El-Placer-de-la-Lectura/48012726985?ref=ts>>.

Neil Gaiman: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/neilgaiman>>.

Zwirbler: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/Zwirbler.Roman>>.

José Luís Peixoto (página): Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/Jos%C3%A9-Lu%C3%ADs-Peixoto-oficial/112090358834967?ref=ts>>.

José Luís Peixoto (perfil): Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/joseluispeixoto>>.

João Tordo: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/joao.tordo.1?ref=ts>>.

Valter Hugo Mãe: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/Valter-Hugo-M%C3%A3e-Pag-Oficial/206081342800809?ref=ts>>.

Gonçalo M. Tavares: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/ClubedeLeitoresGMT?ref=ts>>.

Raquel Ochoa: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/RaquelOchoa.Microscope.Telescope>>.

Mário de Carvalho: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/M%C3%A1rio-de-Carvalho/142842792489604>>.

Teolinda Gersão: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/teolindagersao?ref=ts>>.

Rui Zink: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/rui.zink.7?ref=ts>>.

Alice Vieira: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/alice.vieira?ref=ts>>.

José Rodrigues dos Santos: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/Jos%C3%A9-Rodrigues-dos-Santos/169045036496429>>.

Margarida Rebelo Pinto: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/Margarida-Rebelo-Pinto/205994449419727>>.

O amante é sempre o último a saber: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/pages/O-Amante-%C3%A9-Sempre-o-%C3%9Altimo-a-Saber/182444131833313>>.

Editorial Presença: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/presenca>>.

Darling Jim: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/darlingjim.pt>>.

Quetzal Editores: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/livros.quetzal.editores>>.

Temas e Debates: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/Editora.TemasDebates>>.

Penguin UK: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/PenguinUKBooks>>.

Vintage: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/vintageanchor>>.

Porto Editora: Disponível em <URL: <https://www.facebook.com/PortoEditoraPortugal>>.

ANEXOS

ANEXO I

Ranking de sites, segundo o Alexa (apenas o top 10), à data de 31-05-2012. Neste top 10, destaque para a presença de duas redes sociais, Facebook e Twitter, bem como de dois sites, Youtube e Wikipedia, famosos pelas suas funcionalidades sociais.

POSIÇÃO	SITE
1	GOOGLE
2	FACEBOOK
3	YOUTUBE
4	YAHOO
5	BAIDU.COM*
6	WIKIPEDIA
7	WINDOWS LIVE
8	TWITTER
9	QQ.COM**
10	AMAZON

Fonte: adaptado de <http://www.alexa.com/topsites>.

* Motor de busca chinês.

** Portal chinês.

ANEXO II

Posição do Facebook por país, segundo o Alexa (apenas as três primeiras posições), à data de 31-05-2012. Regra geral, Facebook e Google discutem o topo da utilização em cada país.

Países onde o Facebook é o site mais visitado	Argentina, Malásia, Paquistão, Indonésia, Argélia, Egipto, Filipinas, Nigéria
Países onde o Facebook é o segundo site mais visitado	Espanha, Áustria, África do Sul, Bangladesh, Roménia, Chile, Colômbia, Suécia, Grécia, Peru, Venezuela, Bélgica, Polónia, França, México, Itália, Reino Unido, Alemanha, Turquia, Canadá, Estados Unidos da América, Austrália, Tailândia, Taiwan
Países onde o Facebook é o terceiro site mais visitado	Arábia Saudita, Índia, Portugal , Holanda

Fonte: adaptado de <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com#>

ANEXO III

Percentagem de acessos ao Facebook por país segundo o Alexa (só os 10 primeiros e Portugal), à data de 31-05-2012.

Estados Unidos da América	22,2%
Índia	7,5%
Alemanha	4,2%
Brasil	4,0%
Reino Unido	3,4%
Itália	3,3%
Japão	3,3%
França	3,1%
México	2,9%
Espanha	2,4%
Portugal	0,5%

Fonte: adaptado de <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com#>.

ANEXO IV

Número de utilizadores do Facebook por país, segundo o SocialBakers (apenas o top 10 e Portugal), à data de 31-08-2012.

Pos.	País	Número de Utilizadores	Penetração na população (em %)
1	Estados Unidos da América	163.449.400	52,69
2	Brasil	56.852.260	28,27
3	Índia	53.624.380	4,57
4	Indonésia	44.132.920	18,16
5	México	37.511.420	33,35
6	Reino Unido	31.730.200	50,89
7	Turquia	31.108.760	39,98
8	Filipinas	29.188.360	29,22
9	França	24.631.900	38,03
10	Alemanha	24.232.480	29,45
38	Portugal	4.517.740	42,08

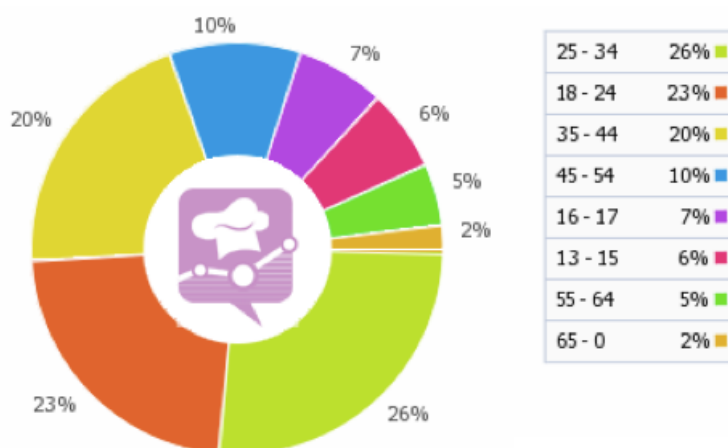
Fonte: adaptado de <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

ANEXO V

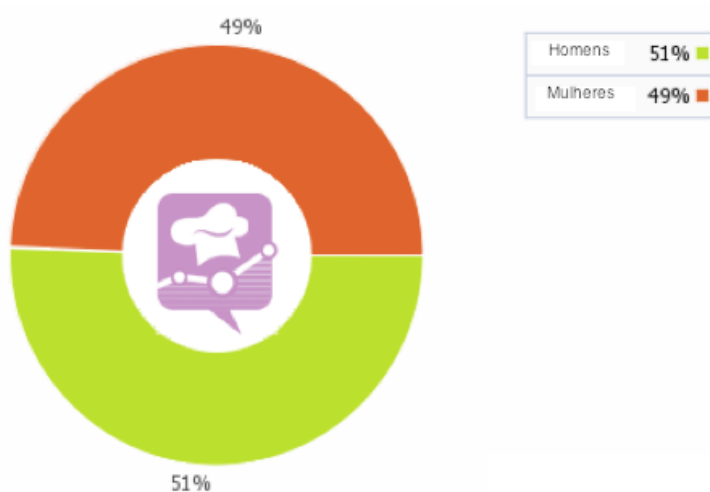
Dados para o Facebook respeitantes somente a Portugal, segundo o SocialBakers, à data de 31-08-2012.

Número de utilizadores	Penetração na população (em %)	Penetração nos utilizadores da Internet (em %)
4.517.740	42,08	87,40

Distribuição dos utilizadores por faixa etária



Distribuição dos utilizadores por género:



Fonte: adaptado de <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/portugal>.

ANEXO VI

Percentagem da população utilizadora da Internet em Portugal, de acordo com a base de dados Pordata. Apenas os anos 2007-2011 (a Pordata não dispõe ainda de números para 2012), e só para indivíduos entre os 16 e os 74 anos. O universo da população residente em Portugal é, segundo a mesma Pordata, de 10.561.614 indivíduos, números provisórios respeitantes aos censos de 2011 (informação em <http://www.pordata.pt/Portugal/Populacao+residente+segundo+os+Censos+total+e+por+grandes+grupos+etarios-512>)

Ano	População utilizadora da Internet (em %)
2007	39,6
2008	41,9
2009	46,5
2010	51,1
2011	55,3

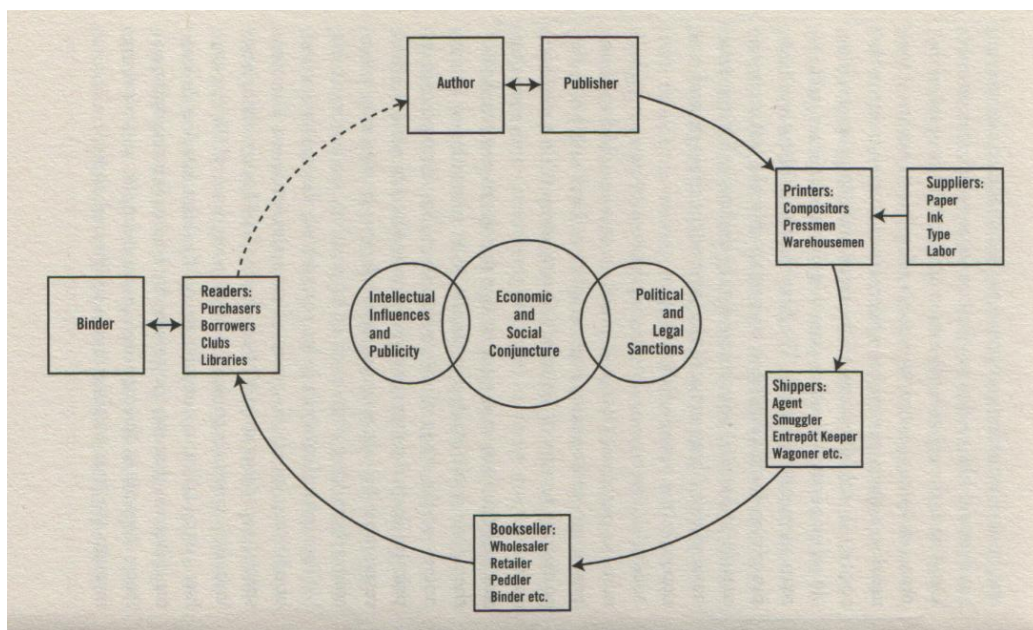
Fonte: <http://www.pordata.pt/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela>. Base de dados: Portugal. Tema: Ciência e Tecnologia. Sub-tema: Sociedade de Informação e Telecomunicações. Quadro: Indivíduos que utilizam computador e Internet em % do total de indivíduos: por grupo etário. Última actualização a 27-12-2011.

ANEXO VII

A cadeia do livro, segundo os modelos apresentados por Martins e Darnton.



Fonte: reproduzido de MARTINS, 1999: 3.

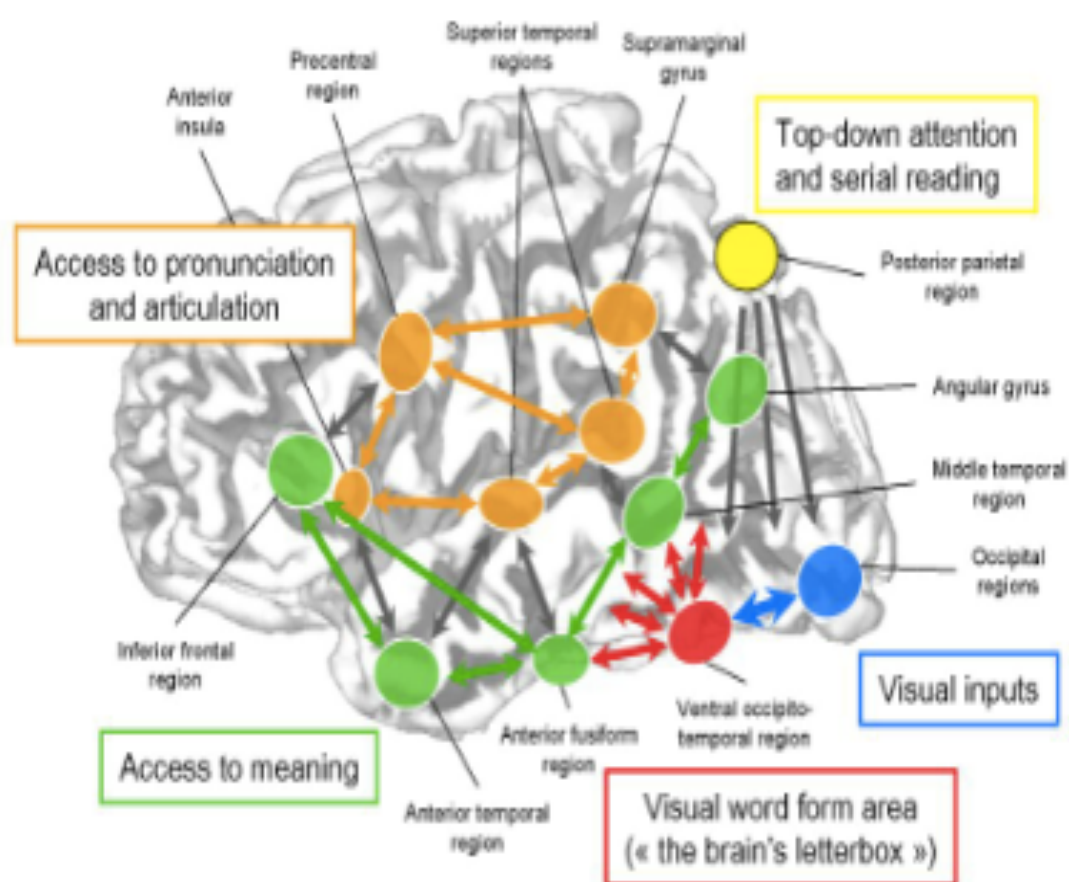


Fonte: reproduzido de DARNTON, 2009: 182.

ANEXO VIII

Área do cérebro dedicada à leitura, segundo DEHAENE, 2010.

A caixa de letras (a vermelho) e sua relação com outras áreas do cérebro, nomeadamente a dedicada à recepção dos dados visuais (a azul) e as vias fonética (laranja) e lexical (verde), que contribuem para que a leitura se processe.

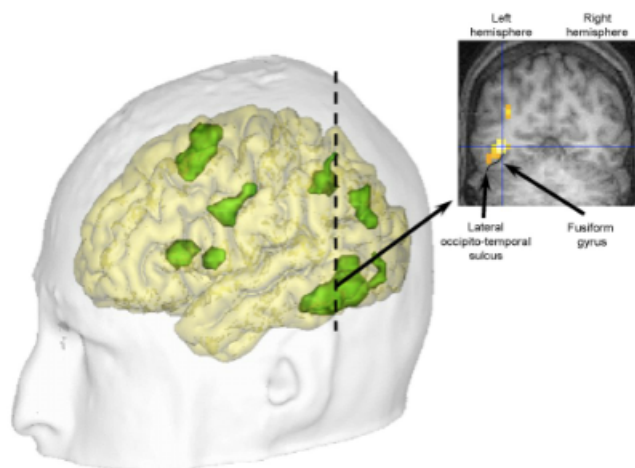


Fonte: retirado de <http://readinginthebrain.pagesperso-orange.fr/img/small/Diapositive8.jpg>.

ANEXO IX

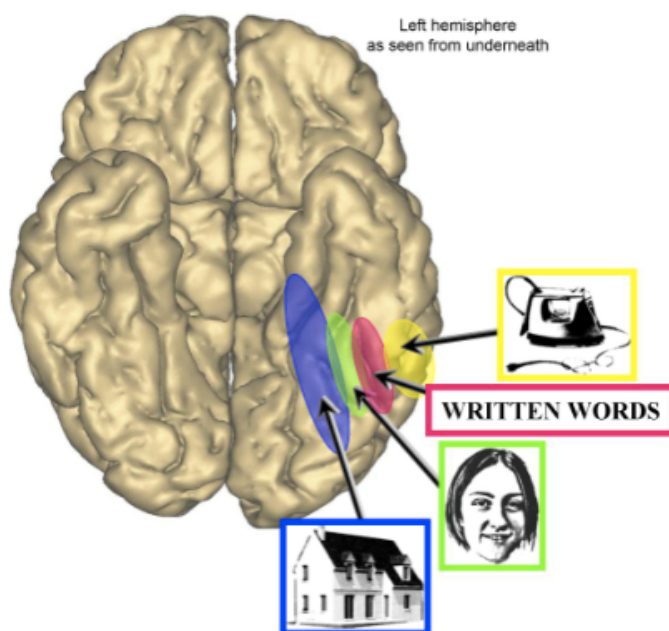
Área do cérebro dedicada à leitura, segundo DEHAENE, 2010.

Perfil do hemisfério esquerdo do cérebro humano.



Fonte: retirado de <http://readinginthebrain.pagesperso-orange.fr/img/small/Diapositive10.jpg>

Localização da caixa de letras na área que o cérebro dedica à percepção de dados visuais, incluindo objectos e rostos.



Fonte: retirado de <http://readinginthebrain.pagesperso-orange.fr/img/small/Diapositive12.jpg>

ANEXO X

Composição dos caracteres nos textos electrónicos.

Exemplo 1: Caracteres compostos através do preenchimento dos pixéis correspondentes aos contornos. O carácter propriamente dito é deixado por preencher. Em cima, pixéis em escala de cinzentos; em baixo, pixéis coloridos.



Exemplo 2: Comparação da definição de caracteres entre a tecnologia e-paper (em cima) e o impresso (em baixo).

167-dpi, 16-gray, 11-point Baskerville

font

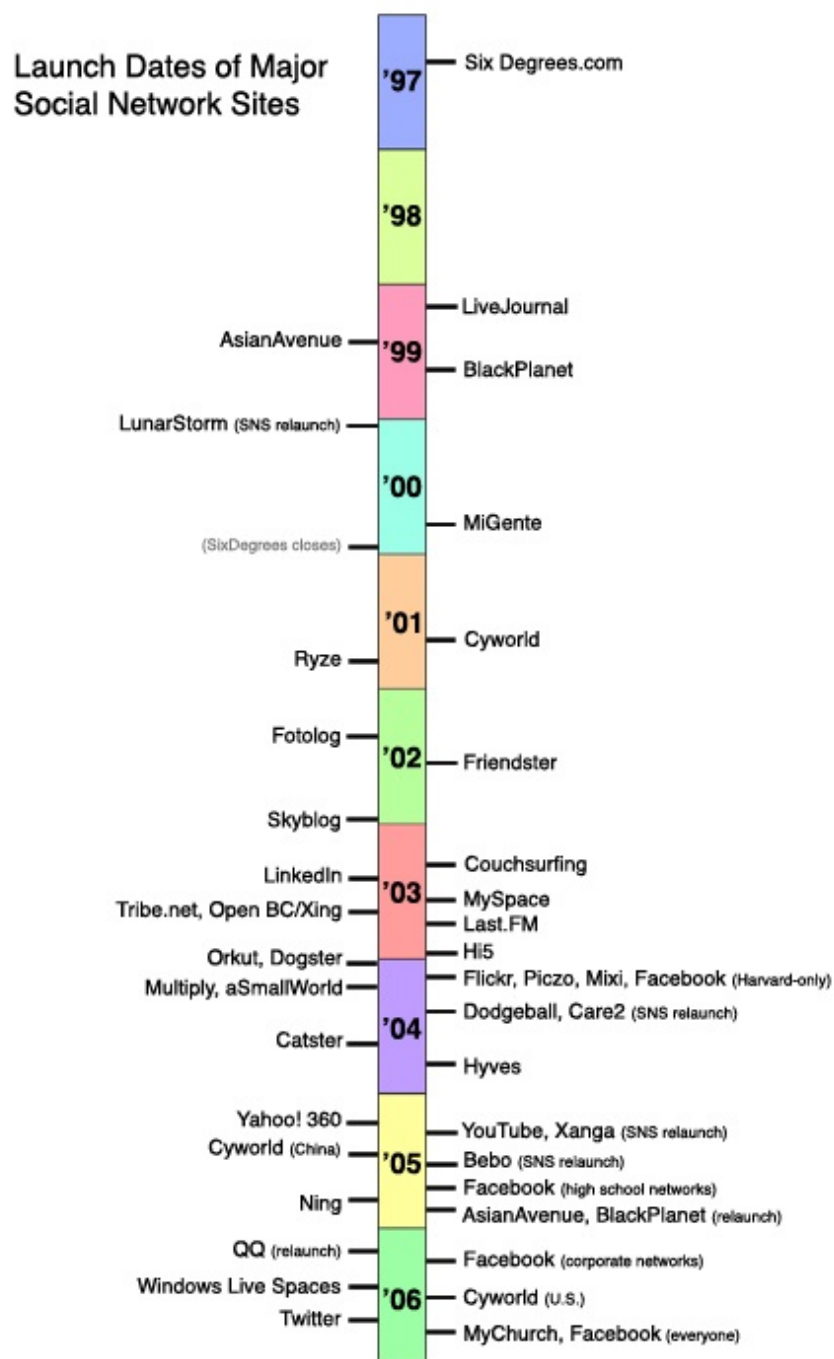
11-point Baskerville, printed on uncoated paper

font

Fonte: exemplos retirados de <http://www.creativepro.com/article/state-e-book-typography>.

ANEXO XI

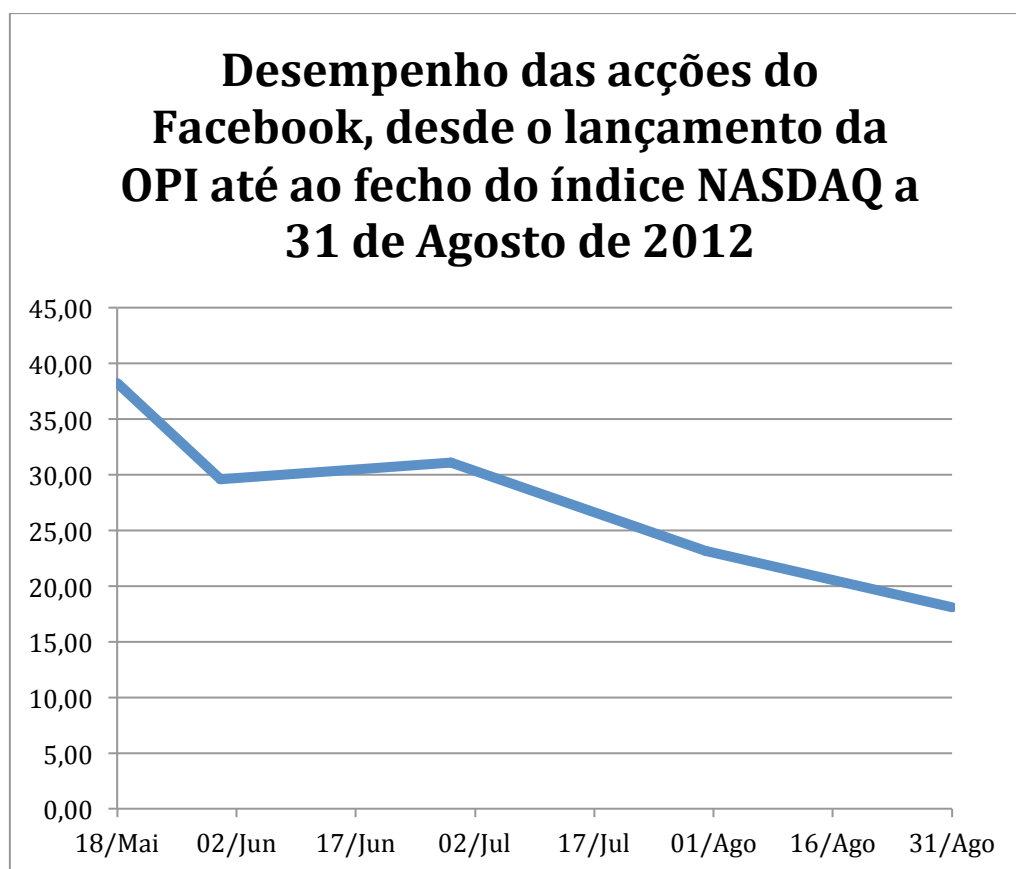
Calendário com o lançamento das principais redes sociais, segundo BOYD e ELLISON, 2007.



Fonte: retirado de <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

ANEXO XII

Gráfico com o desempenho das acções do Facebook, de 18 de Maio a 31 de Agosto de 2012. O valor das acções aquando da OPI era de 38 dólares.



Fonte: do autor. Dados recolhidos em <http://finance.yahoo.com/news/prices-facebook-stock-since-long-awaited-ipo-212925363--finance.html>.

ANEXO XIII

Maratona de Leitura no Faebook, iniciativa levada a cabo pela Biblioteca Pública de Évora.

Maratona de Leitura no Facebook

por Biblioteca Pública de Évora a Terça-feira, 20 de Abril de 2010 às 11:24 · 🌐



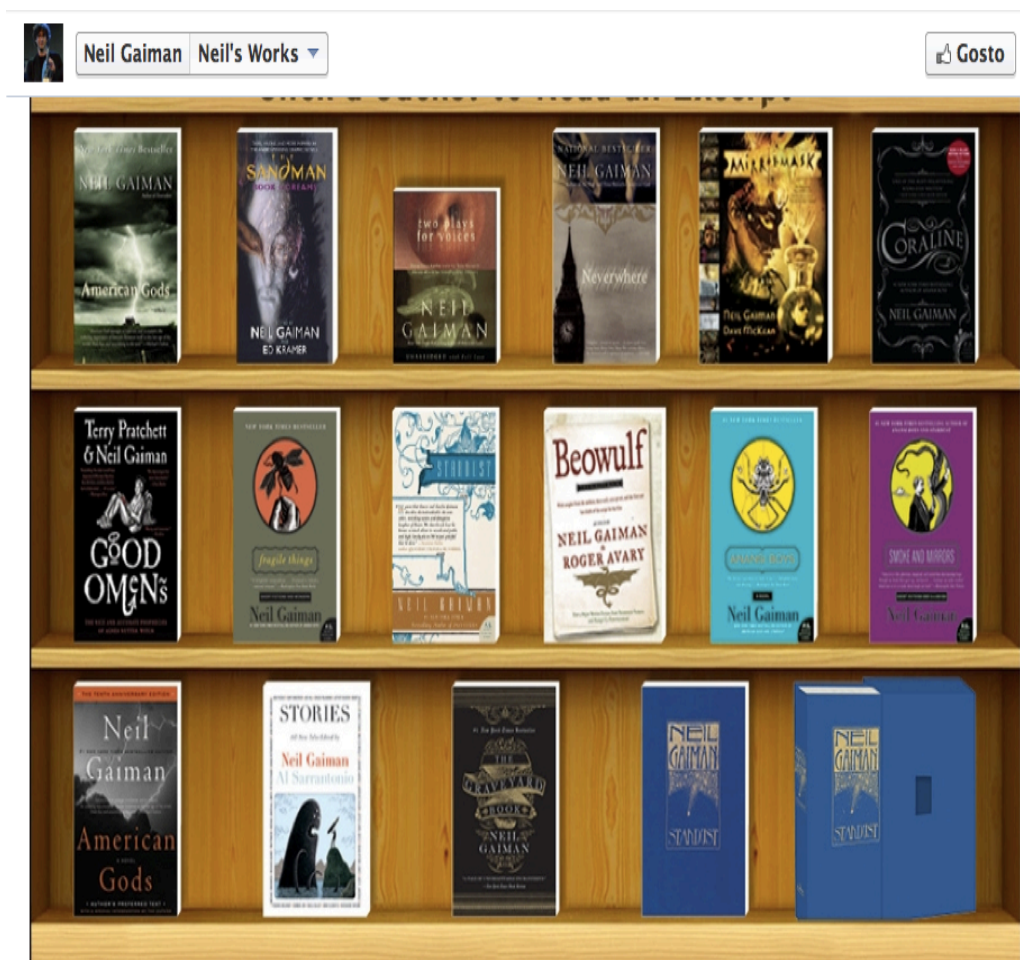
Todos os anos, por altura do Dia Mundial do Livro (23 de Abril) a Biblioteca Pública de Évora promove uma Maratona de Leitura. Desta vez, a nossa proposta é que este encontro tenha lugar nas redes sociais, especialmente no Facebook e no Twitter. A filosofia é a mesma de sempre: ler e partilhar a leitura. Mas agora pode fazê-lo em qualquer parte do mundo e sem sair de casa.

O desafio que lhe propomos é que seleccione um dos seus textos preferidos, e, em poucas palavras, explique-nos em que circunstâncias ele veio ao seu encontro, porque foi ou é importante para si, transcrevendo, se o desejar, um pequeno excerto.

Fonte: http://www.facebook.com/notes/biblioteca-p%C3%BAblica-de-%C3%A9vora/maratona-de-leitura-no-facebook/10150175030140063?comment_id=14316109&offset=0&total_comments=24

ANEXO XIV

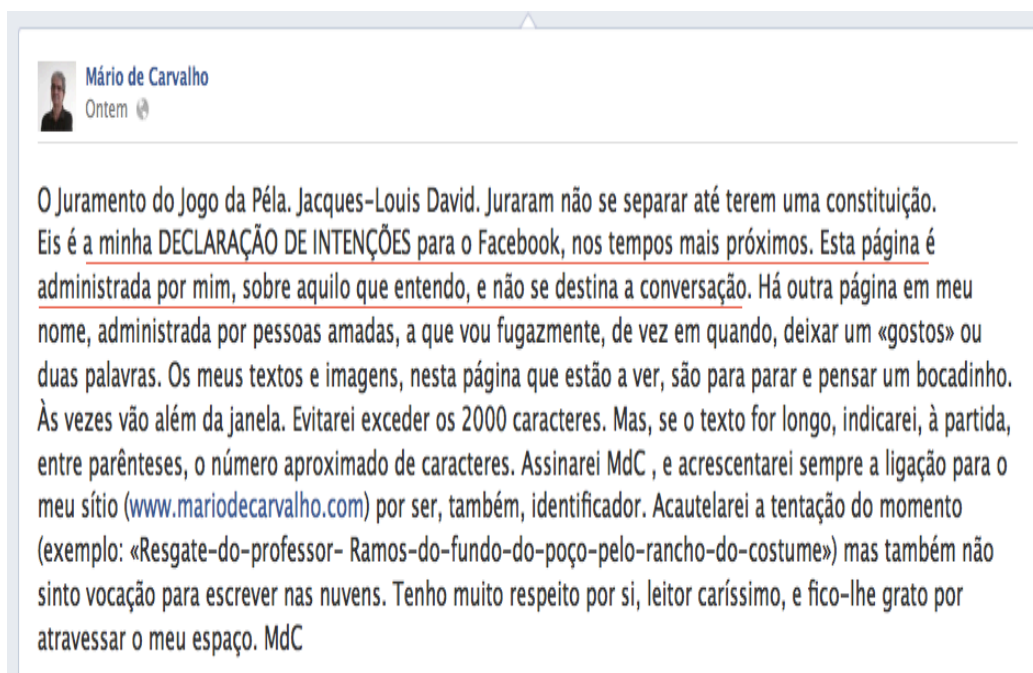
Aplicação, na página de Neil Gaiman, apresentando obras do autor. Ao fazer clique sobre qualquer das capas, o utilizador será reenviado para um site que exhibe excertos da obra.



Fonte: https://www.facebook.com/neilgaiman/app_208195102528120.

ANEXO XV

Declaração de intenções de Mário de Carvalho, publicada na sua página de Facebook. Sublinhado nosso.



Fonte: <https://www.facebook.com/pages/M%C3%A1rio-de-Carvalho/142842792489604>.

ANEXO XVI

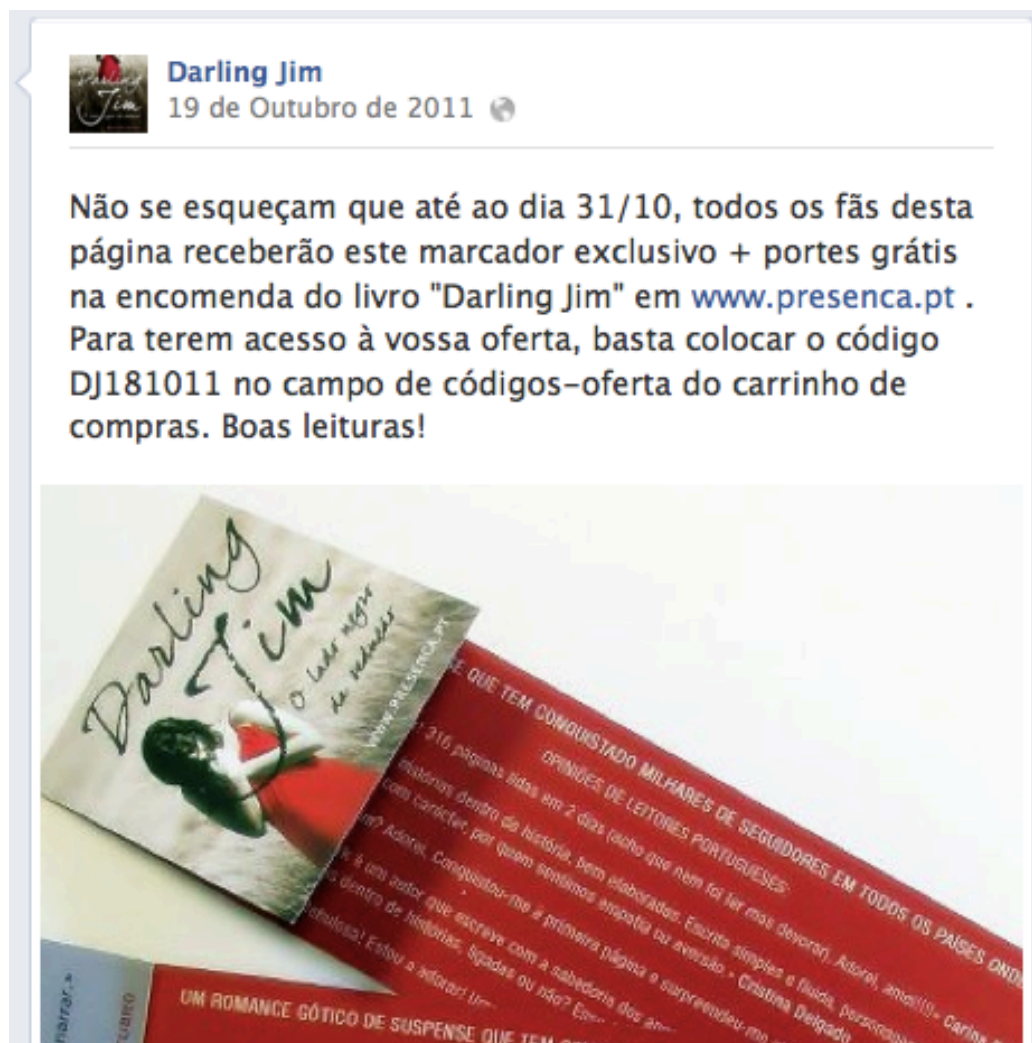
Página do Facebook para o livro de Rui Zink, *O amante é sempre o último a saber*. Reprodução da partilha de uma entrevista ao autor no canal SIC, para promoção de outro título, *Luto pela felicidade dos portugueses*.



Fonte: <https://www.facebook.com/pages/O-Amante-%C3%A9-Sempre-o-%C3%A9-Altimo-a-Saber/182444131833313>.

ANEXO XVII

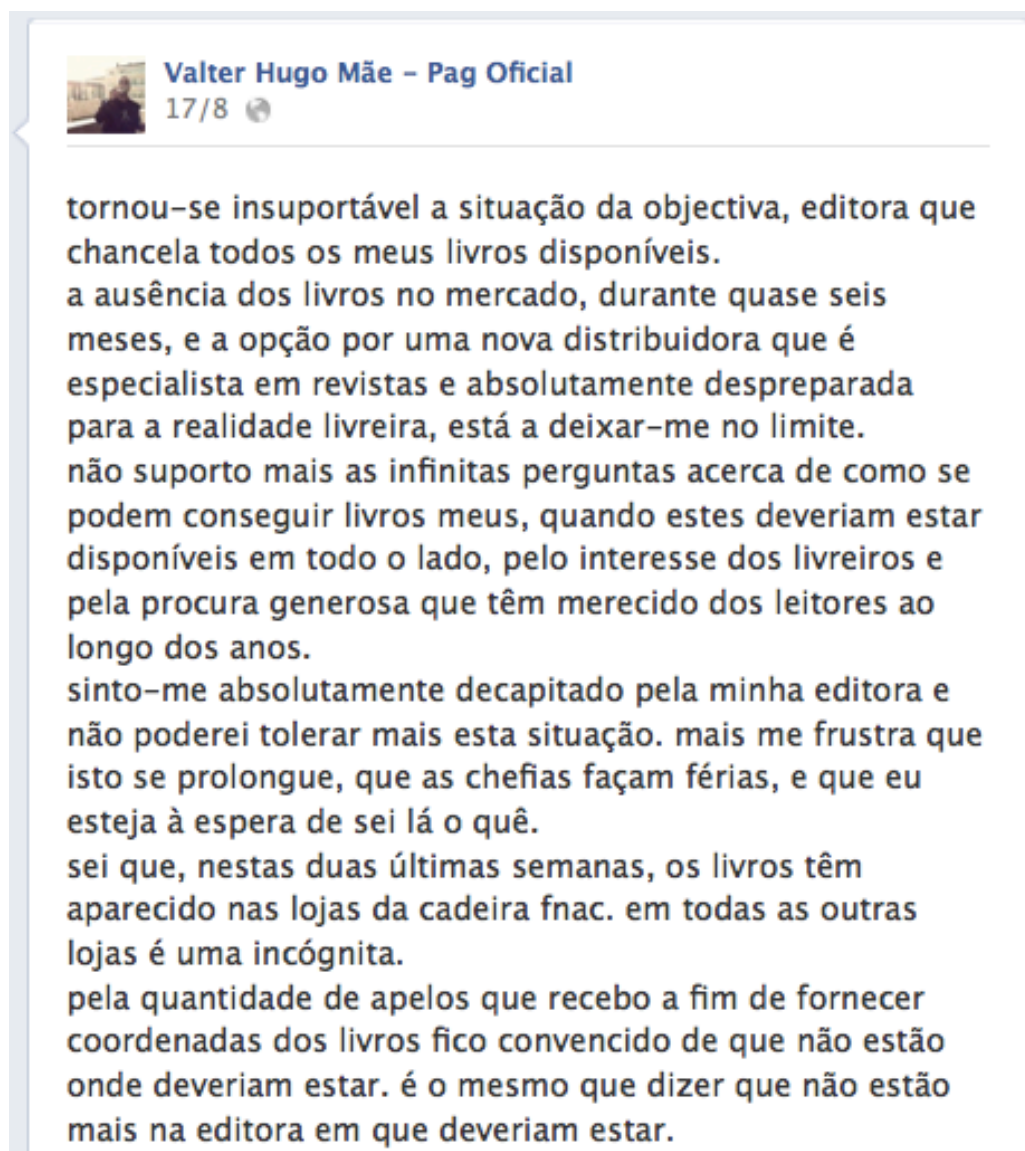
Página do Facebook para o livro de Christian Mork, *Darling Jim*.



Fonte: <https://www.facebook.com/darlingjim.pt>.

ANEXO XVIII

O célebre “desabafo” de Valter Hugo Mãe na sua página de Facebook.



Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Valter-Hugo-M%C3%A3e-Pag-Oficial/206081342800809>.

ANEXO XIX

Exemplo de *hate comment* presente na página de Facebook da escritora Margarida Rebelo Pinto.



Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Margarida-Rebelo-Pinto/205994449419727>.

ANEXO XX

Passatempo conduzido pela Quetzal Editores na sua página do Facebook a 21 de Maio de 2012.



Quetzal Editores
21/5

Um exemplar para o primeiro leitor a identificar nos comentários o título e o autor do livro publicado pela Quetzal que começa assim: "A ocorrência parecia ser das mais banais."

Gosto · Comentar · Partilhar

2 pessoas gostam disto.

  O Acidente, Ismail Kadaré
21/5 às 16:39 · Gosto · 1

  O Acidente, de Ismail Kadaré
21/5 às 16:39 · Gosto · 1

  O Acidente Ismail Kadaré
21/5 às 16:40 · Gosto · 1

 **Quetzal Editores** Parabéns,  Pode enviar-nos mensagem com a sua morada para lhe fazermos chegar um exemplar do livro. Obrigado a todos os participantes e leitores.
21/5 às 16:42 · Gosto

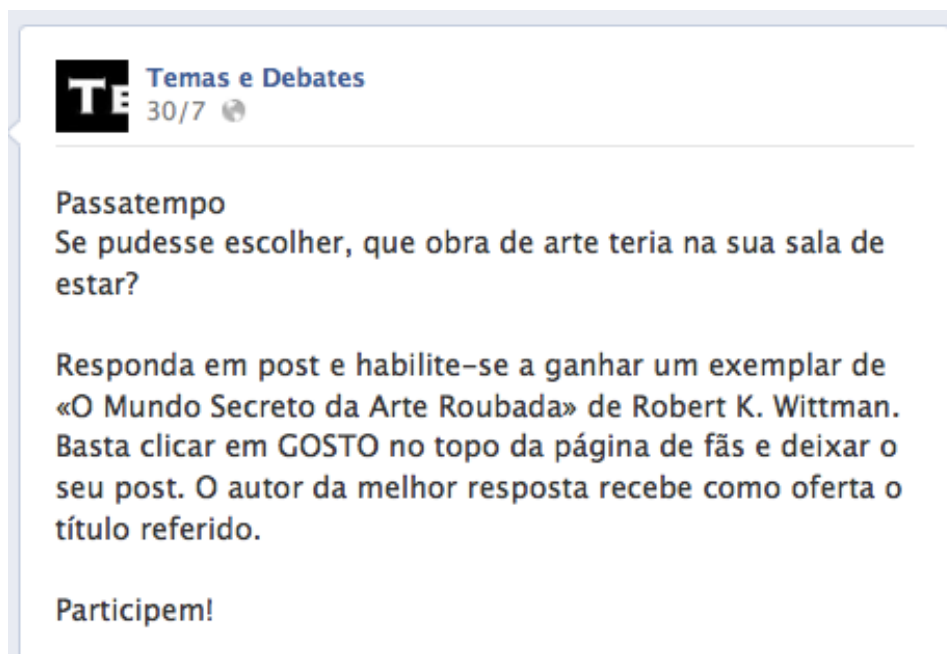
Fonte: <https://www.facebook.com/quetzal.editores>.

NOTA: Por razões que se prendem com a protecção da privacidade, os nomes e as *thumbnails* dos utilizadores não são revelados.

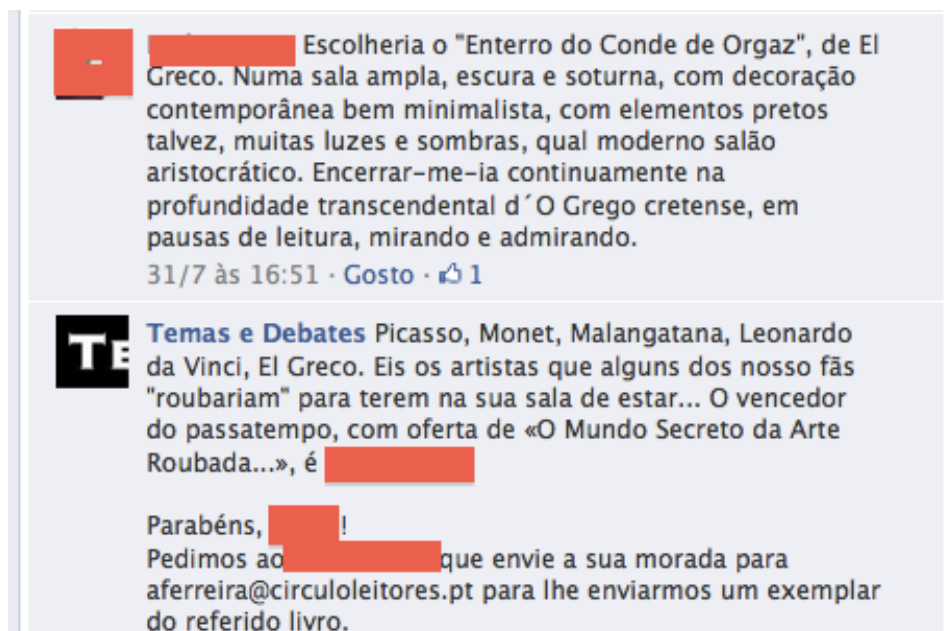
ANEXO XXI

Passatempo conduzido pela Temas & Debates na sua página do Facebook a 30 de Julho de 2012.

Cabeçalho do passatempo:



Comentários e eleição do vencedor do passatempo:



Fonte: <https://www.facebook.com/temasedebates>.

ANEXO XXII

Passatempo conduzido pela Quetzal na sua página do Facebook a 18 de Julho de 2012.

Cabeçalho e primeiros comentários:



Quetzal Editores
18/7

Passatempo: o primeiro livro de Roberto Bolaño publicado pela Quetzal foi 2666. Qual foi o segundo livro do autor chileno publicado pela nossa editora? O leitor que responder corretamente e cuja resposta, cumulativamente, tiver mais "gostos" receberá um exemplar da obra. Os "gostos" serão contabilizados até às 17 horas. Boa sorte!

Gosto · Comentar · Partilhar

Editora Temas E Debates e 8 outras pessoas gostam disto.

  Terá sido O Terceiro Reich?!
18/7 às 14:44 · Gosto · 2

  "O Terceiro Reich"
18/7 às 14:44 · Gosto · 1

  O Terceiro Reich
18/7 às 14:44 · Gosto

  O terceiro reich. gosto, gosto, gosto, gosto, gosto, gosto, gosto, gosto... (fica a tentativa, eheheh)
18/7 às 14:45 através de telemóvel · Gosto · 32

  A Pista de Gelo
18/7 às 14:46 · Gosto

Últimos comentários e comunicação do vencedor do passatempo:



  O Terceiro Reich
18/7 às 16:30 · Gosto · 1

 **Quetzal Editores** Falta pouco! Tragam os amigos para a votação.
18/7 às 16:45 · Gosto

  Eu acho que foi o Terceiro Reich, mas gostei mais do Descida ao Inferno, da escritora Carolina Salgado...
18/7 às 16:53 · Gosto · 3

  Acho que é: Parabéns  ...
18/7 às 17:02 · Gosto · 2

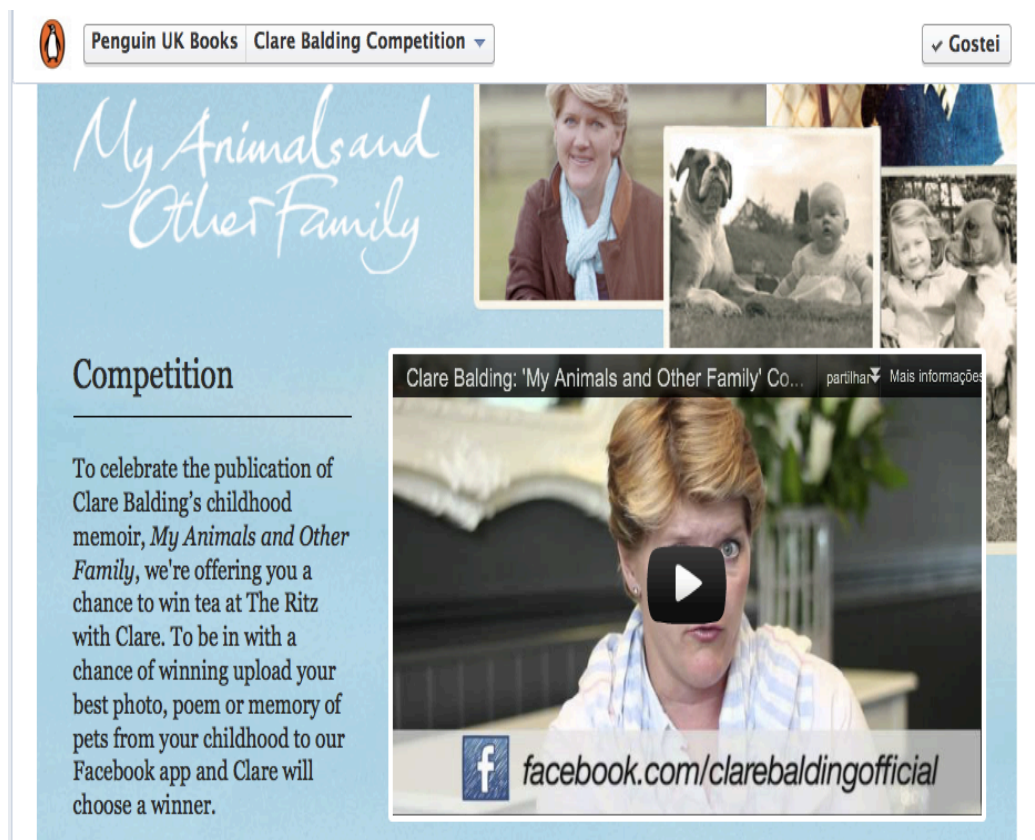
 **Quetzal Editores** E o vencedor é...  , envie-nos uma mensagem com a sua morada para lhe fazermos chegar um exemplar de O Terceiro Reich. Obrigado a todos os leitores pela participação!
18/7 às 17:03 · Gosto · 2

  Muito obrigado à Quetzal pela iniciativa e outros 30 obrigados a quem me "depositou" um gosto. :)
18/7 às 22:19 · Gosto · 1

Fonte: <https://www.facebook.com/quetzal.editores>.

ANEXO XXIII

Aplicação da Penguin UK para passatempos.



The image shows a Facebook post from the page 'Penguin UK Books'. The post is titled 'Clare Balding Competition' and features a video player. The video shows Clare Balding, a woman with short blonde hair, wearing a blue and white striped shirt. The video player has a play button in the center and a Facebook logo in the bottom left corner. The text of the post reads: 'To celebrate the publication of Clare Balding's childhood memoir, *My Animals and Other Family*, we're offering you a chance to win tea at The Ritz with Clare. To be in with a chance of winning upload your best photo, poem or memory of pets from your childhood to our Facebook app and Clare will choose a winner.' The post also includes a photo of Clare Balding and a collage of photos showing her with various animals and children. The Facebook interface shows the post was liked ('Gostei') and includes a share button ('partilhar') and a link to 'Mais informações'.

Penguin UK Books Clare Balding Competition

✓ Gostei

My Animals and Other Family

Competition

To celebrate the publication of Clare Balding's childhood memoir, *My Animals and Other Family*, we're offering you a chance to win tea at The Ritz with Clare. To be in with a chance of winning upload your best photo, poem or memory of pets from your childhood to our Facebook app and Clare will choose a winner.

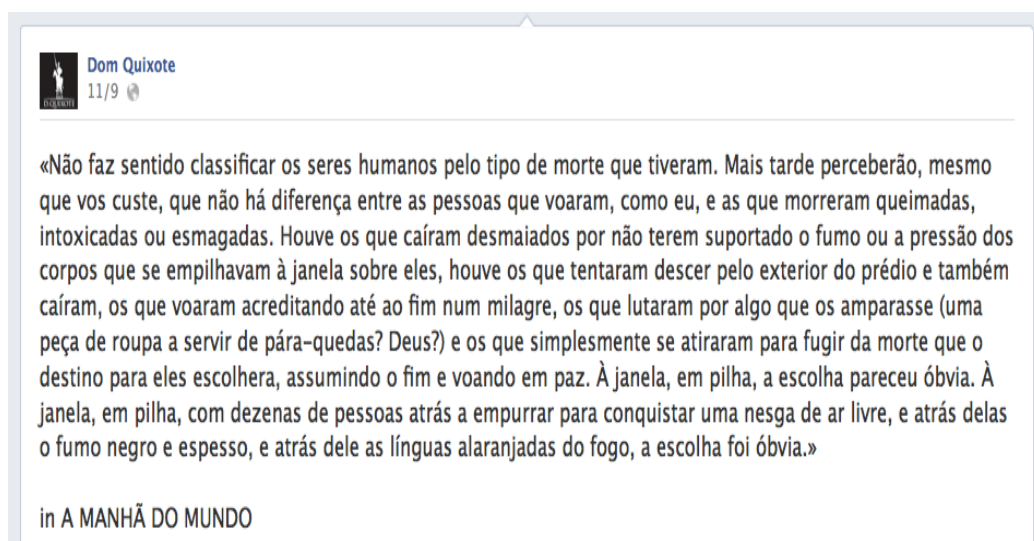
Clare Balding: 'My Animals and Other Family' Co... partilhar Mais informações

facebook.com/clarebaldingofficial

Fonte: https://www.facebook.com/PenguinUKBooks/app_135373963268383.

ANEXO XXIV

Publicação de um excerto da obra *A manhã do mundo*, directamente no Facebook.



Fonte: <https://www.facebook.com/DomQuixote>.

ANEXO XXV

Convite à leitura de excertos de obras, utilizando a aplicação OdyI, anunciado na página da Penguin USA.



Fonte: <https://www.facebook.com/PenguinGroupUSA>.

ANEXO XXVI

Notícia de novos lançamentos, na página das Edições Almedina.

 **Edições Almedina** partilhou uma ligação.
Ontem 

Novidade

"Manual de Direito Industrial – Patentes, Desenhos ou Modelos, Marcas, Concorrência Desleal" de Luís Manuel Couto Gonçalves



Manual de Direito Industrial – Patentes, Desenhos ou Modelos, Marcas, Concorrência Desleal
www.almedina.net

Esta obra abrange, essencialmente, o estudo das patentes dos desenhos ou modelos, das marcas e

Fonte: <https://www.facebook.com/Edicoes.Almedina>.

ANEXO XXVII

Excerto da lista de eventos da Gradiva.

Eventos anteriores · Eventos futuros



**SESSÃO DE LANÇAMENTO – O MUNDO DO
HÁLITO A DESCOBERTO de Jonas Nunes**

Domingo, 23 de Setembro de 2012 às 17:30
1 convidado

FNAC Colombo
Lisboa



**Sessão de lançamento da obra – AMOR
QUE SE FAZ HOMEM – Ensaio sobre as
relações de amor e compromisso entre
homens**

Sábado, 21 de Julho de 2012 às 22:00

Gradiva Publicações, S.A.
Lisboa



**Convite – Sessão de lançamento da obra –
Amor que se faz Homem – Ensaio sobre as
relações de amor e compromisso entre
homens de Henrique Pereira**

Sábado, 7 de Julho de 2012 às 17:00

FNAC Chiado
Lisboa

Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Gradiva-Publica%C3%A7%C3%B5es-SA/218028718210072?sk=events>.

ANEXO XXVIII

Partilha de um conteúdo proveniente de um site externo ao Facebook, na página da Editorial Presença. O propósito publicitário é óbvio.



Editorial Presença partilhou uma ligação.

16/8

Dos 100 melhores livros para adolescentes segundo a Publishers Weekly, vários são publicados pela Presença:

- * 1. Série 'Harry Potter'
- * 2. Trilogia 'Os Jogos da Fome'
- * 10. A Rapariga que Roubava Livros
- * 15. Trilogia 'Mundos Paralelos...Ver mais




100 Best-Ever Teen Novels

www.npr.org

Fonte: <https://www.facebook.com/presenca>.

ANEXO XXIX

Fórmula utilizada, pelo site SocialBakers para a avaliação do envolvimento que uma página tem com os seus utilizadores no Facebook. Note-se como a fórmula não distingue, qualitativamente, os actos de gostar, comentar e partilhar.


$$\text{Average Post Engagement Rate} = \frac{\frac{\text{Likes + Comments + Shares on a given day}}{\text{\# of wall posts made by page on a given day}}}{\text{Total Fans on a given day}} \times 100$$

Fonte: <http://www.socialbakers.com/blog/600-what-are-the-most-important-social-marketing-metrics>.

ANEXO XXX

Texto partilhado pelo escritor José Luís Peixoto na sua página de Facebook. Rapidamente o texto se dissemina e torna social, como se verifica pelo número de partilhas (canto inferior direito, em número de 62) mas, também, pelos comentários dos utilizadores feitos sobre o conteúdo (em número de 12).



Fonte: <https://www.facebook.com/pages/Jos%C3%A9-Lu%C3%ADs-Peixoto-oficial/112090358834967>.

ANEXO XXXI

Contextualização de conteúdos partilhados no Facebook.

Exemplo 1: Contextualização que não inclui reprodução de parte do conteúdo.



Exemplo 2: Contextualização com reprodução de parte do conteúdo.

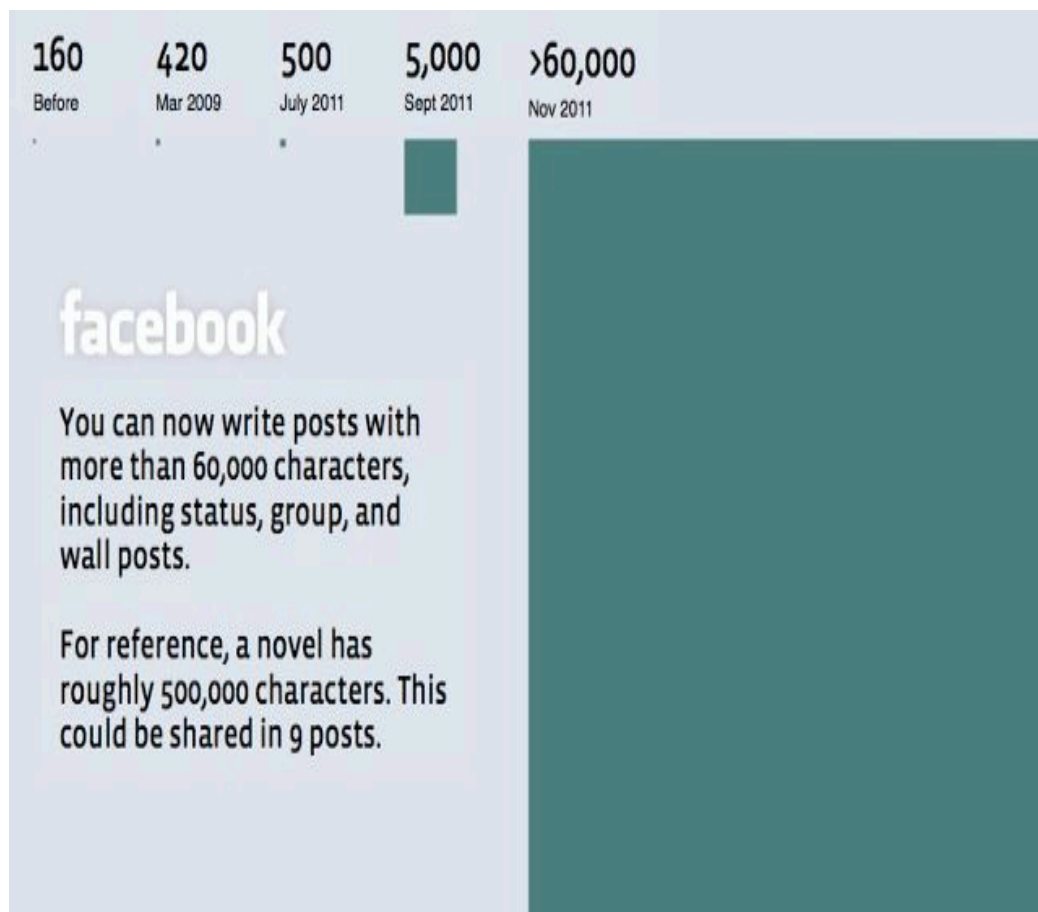
Fonte: <https://www.facebook.com/good.ereader.1>



Fonte: <https://www.facebook.com/pubweekly>

ANEXO XXXII

Evolução do número de caracteres permitidos pelo Facebook.



Fonte: <http://mashable.com/2011/11/30/facebook-status-63206-characters/>

ÍNDICE

Introdução	1
Justificação, objectivos e estrutura do trabalho de projecto	3
Revisão da literatura.....	9
I: Do papiro ao digital: alterações na materialidade da escrita.....	22
II: Leitura-leituras.....	25
III: A Web 2.0	31
As duas redes: Internet e Web	31
Redes sociais	33
IV: Leitura e leitores no Facebook.....	34
Breve caracterização do Facebook	35
Difusão e promoção do livro e da leitura no Facebook.....	36
Leitores e leituras: a leitura social	42
Conclusões.....	48
Problemas e desenvolvimentos futuros	49
Bibliografia	51
Lista de sítios mencionados e respectivos endereços.....	70
Anexos	73